

Πτυχιακή Εργασία

Θέμα: Επιχειρηματικότητα, μικρομεσαίες επιχειρήσεις
και περιφερειακή ανάπτυξη

Επιμέλεια: Στέλλα Αργυράκου

Επιβλέπων Καθηγητής: Σπύρος Βλιάμος

Βόλος, 30/9/04



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗΣ & ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ
ΕΙΔΙΚΗ ΣΥΛΛΟΓΗ «ΓΚΡΙΖΑ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ»

Αριθ. Εισ.:	4134/1
Ημερ. Εισ.:	26-11-2004
Δωρεά:	Συγγραφέα
Ταξιθετικός Κωδικός:	ΠΤ – ΟΕ
	2004
	ΑΡΓ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1. *Εισαγωγή*

2. *Επιχειρηματικότητα*

- 2.1 Η έννοια της επιχειρηματικότητας..... 5
- 2.2 Η θέση της επιχειρηματικότητας μέσα στην οικονομική θεωρία..... 5
 - Η επιχειρηματικότητα στην ελληνική κλασσική σκέψη
 - Η ανεξάρτητη και πρωτοποριακή συμβολή του Rowland Hamilton στη θεωρία της επιχειρηματικότητας
 - Η ανάληψη κινδύνων από την αβεβαιότητα
- 2.3 Ο ρόλος της καινοτομίας στην επιχειρηματικότητα..... 8
 - Η θεωρία του καινοτόμου επιχειρηματία κατά τον 19^ο αιώνα
 - Η θεωρία του J. A. Schumpeter για τη δράση του καινοτόμου επιχειρηματία

3. *Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις ως παράγοντας ανάπτυξης*

- Τύποι μικρομεσαίων επιχειρήσεων
- Η ανάγκη διαμόρφωσης ευνοϊκών πολιτικών και σταθερού θεσμικού πλαισίου

3.1 Η επιχειρηματικότητα και η καινοτομία ως παράγοντες ανάπτυξης των ΜΜΕ.. 12

- Η ίδρυση νέων καινοτόμων μικρομεσαίων επιχειρήσεων μέσω της προώθησης της επιχειρηματικότητας
- Η αναβάθμιση του εκπαιδευτικού συστήματος ως βασικός προσανατολισμός της πολιτικής προώθησης της επιχειρηματικότητας

3.2 Επιχειρηματικότητα και ΜΜΕ στο νέο διεθνοποιημένο περιβάλλον..... 15

- Συμμετοχή των ΜΜΕ σε διεθνείς συμμαχίες και δίκτυα
- Ο ρόλος των άμεσων ξένων επενδύσεων στα πλαίσια της νέας παγκοσμιοποιημένης οικονομίας
- Οι άμεσες ξένες επενδύσεις στον κλάδο των ΜΜΕ

3.3 Εμπόδια και δυσκολίες πρόσβασης των ΜΜΕ στις αγορές του εξωτερικού..... 25

3.4 Πολιτικές προώθησης των ΜΜΕ στο νέο διεθνοποιημένο περιβάλλον..... 28

- Η προστασία του ανταγωνισμού ως παράγοντας ενίσχυσης της διεθνούς επιχειρηματικότητας των ΜΜΕ
- Η καθιέρωση του ηλεκτρονικού επιχειρείν (e- business) ως παράγοντας εκσυγχρονισμού των ΜΜΕ
- Περαιτέρω πολιτικές προώθησης της επιχειρηματικότητας των ΜΜΕ στο νέο διεθνοποιημένο περιβάλλον

4. Περιφερειακή ανάπτυξη και ΜΜΕ

- 4.1 Περιφερειακές ανισότητες..... 34
 - Αίτια και μορφές περιφερειακών ανισοτήτων
 - Αντικειμενικοί σκοποί της περιφερειακής οικονομικής πολιτικής
- 4.2 Μικρομεσαίες επιχειρήσεις και περιφερειακή ανάπτυξη..... 36
 - Στρατηγικά μέσα προώθησης της επιχειρηματικότητας στα πλαίσια της περιφερειακής πολιτικής
- 4.3 Περιφερειακές διαφορές στην ΕΕ : Η περίπτωση της Ελλάδας..... 41
 - Γενικά
 - Η εικόνα της Ελλάδας
 - Οι ΑΞΕ στην ελληνική οικονομία
 - Ανάγκη στροφής της ελληνικής οικονομίας στην ανταγωνιστικότητα της ποιότητας

5. Επίλογος

Βιβλιογραφία

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η επιχειρηματικότητα αποτελεί μία δραστηριότητα που απασχολεί τους ανθρώπους των επιχειρήσεων και τους επιστήμονες από πολύ παλιότερα, με εντονότερο όμως το ενδιαφέρον στραμμένο πάνω της τους δύο τελευταίους αιώνες. Οι ραγδαίες εξελίξεις που σημειώθηκαν τις περασμένες δεκαετίες στις δομές και τις αρχές που διέπουν τις κοινωνίες παγκοσμίως, είχαν ως αποτέλεσμα τη δημιουργία ενός νέου περιβάλλοντος, διεθνοποιημένου και στηριγμένου σε εντελώς διαφορετικά δεδομένα. Η επιχειρηματικότητα, αποτελώντας έναν τρόπο σκέψης ο οποίος προσπαθεί κάθε φορά να εντοπίσει και να αναγνωρίσει τις ευκαιρίες και τις απειλές που κρύβει το οικονομικό περιβάλλον και με επιτυχία να τις αντιμετωπίσει, έχει γίνει αντικείμενο μελέτης της Οικονομικής Επιστήμης, η οποία προσπαθεί να αποδώσει κατάλληλη ερμηνεία στη λειτουργία της και συγκεκριμένο περιεχόμενο στην έννοια της.

Η επιχειρηματική δραστηριότητα αποτελεί αναγκαία λειτουργία της οικονομίας και βασικό προσδιοριστικό παράγοντα της οικονομικής ανάπτυξης. Στο νέο διεθνοποιημένο περιβάλλον, η επιχειρηματικότητα, και ιδιαίτερα η καινοτόμα επιχειρηματικότητα, κάνει αισθητή την παρουσία της στη λειτουργία και οργάνωση των μικρομεσαίων επιχειρηματικών οργανισμών. Οι ΜΜΕ, ενεργώντας καινοτομικά κατορθώνουν να αντέξουν το σκληρό και πολλές φορές αθέμιτο ανταγωνισμό, να επιδείξουν υψηλό επίπεδο δεξιοτήτων και τεχνολογίας και να αποτελέσουν πηγή νέων αποτελεσματικότερων παραγωγικών διαδικασιών και ποιοτικότερων αγαθών. Έτσι, δικαιολογημένα χαρακτηρίζονται ως ισχυροί παράγοντες και μοχλοί τόνωσης της απασχόλησης και ανάπτυξης των οικονομιών στο ευρύτερο πλαίσιο τους και η ενίσχυση του θεσμού τους είναι αναγκαίο να αποτελεί βασικό στόχο της χάραξης πολιτικής.

Ιδιαίτερα στην εποχή μας, όπου η δημοσιονομική εικόνα των αναπτυγμένων και των αναπτυσσόμενων χωρών μαρτυρεί ότι ο δημόσιος τομέας δεν είναι ικανός πλέον να στηρίζει αποτελεσματικά την απασχόληση, η ενθάρρυνση του ιδιωτικού τομέα με τα κατάλληλα κίνητρα και προγράμματα φαίνεται να αποτελεί μία ουσιαστική διέξοδο μείωσης της ανεργίας και καταπολέμηση της φτώχειας. Οι ΜΜΕ αποτελώντας ανθεκτικούς και ευέλικτους επιχειρηματικούς οργανισμούς είναι δυνατό να συντελέσουν ευεργετικά στη βελτίωση των εισοδημάτων, την τόνωση της απασχόλησης και την αύξηση της αποτελεσματικότητας. Λαμβάνοντας παράλληλα υπ' όψη την ανάγκη ανάκτησης ουσιαστικού ρόλου των περιφερειών, με επιδίωξη και την καταπολέμηση της αστυφιλίας, η ενίσχυση του θεσμού των ΜΜΕ στην περιφέρεια προβάλλεται επιτακτικά στις σύγχρονες οικονομίες.

Η περιφέρεια είναι αναγκαίο στα πλαίσια της παγκοσμιοποίησης να μην αποτελεί μόνο ένα γεωγραφικό υποσύνολο, αλλά ταυτόχρονα να συμμετέχει ενεργά στην εγχώρια οικονομική ανάπτυξη και την ευρύτερη παγκόσμια κοινωνική ευημερία. Οι σύγχρονες οικονομικές και κοινωνικές εξελίξεις του νέου διεθνοποιημένου περιβάλλοντος καθιστούν την ποιοτική ανταγωνιστικότητα απαραίτητο στοιχείο των περιφερειών που επιθυμούν να αποτελέσουν βιώσιμους πόλους έλξης άμεσων ξένων επενδύσεων και διεθνών δραστηριοτήτων.

2. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

2.1 Η έννοια της επιχειρηματικότητας.

Η επιχειρηματικότητα είναι μία πολυσύνθετη έννοια, που ενώ χρησιμοποιείται κατά κόρον στην κοινή γλώσσα και στα πλαίσια της λειτουργίας των επιχειρήσεων και του κράτους, δεν της έχει αποδοθεί ένας ορισμός γενικά αποδεκτός¹. Ο επιχειρηματίας αποτελεί έναν παραγωγικό συντελεστή που συμβάλλει ουσιαστικά στον άριστο και αποδοτικότερο συνδυασμό των άλλων τριών συντελεστών παραγωγής και που εμφανίζεται να εξασκεί μια διαφορετική λειτουργία ανάλογα με τον τρόπο που ο εκάστοτε επιχειρηματίας οργανώνει και κατευθύνει την επιχείρηση του. Η επιχειρηματική δραστηριότητα εξασκείται από φυσικά πρόσωπα, σε καθεστώς ελεύθερης αγοράς, διαφέρει από οποιαδήποτε άλλη οικονομική δραστηριότητα και αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της οικονομικής ανάπτυξης και ευημερίας. Από θεωρητικής πλευράς, υπάρχουν πολλοί ερευνητές που προσπάθησαν να προσδιορίσουν την επιχειρηματικότητα και να της αποδώσουν συγκεκριμένη ερμηνεία και περιεχόμενο. Παρακάτω, θα αναφερθούν αυτές που θεωρούμε σήμερα ως τις επικρατέστερες προσεγγίσεις της επιχειρηματικότητας.

2.2 Η θέση της επιχειρηματικότητας μέσα στην οικονομική θεωρία

➤ Η επιχειρηματικότητα στην ελληνική κλασσική σκέψη.

Στην κλασσική εποχή οι Έλληνες στοχαστές αναγνώρισαν και περιέγραψαν ορισμένες οικονομικές δραστηριότητες επιχειρηματικής φύσεως, επικεντρώνοντας το ενδιαφέρον τους στο ρόλο, τα χαρακτηριστικά και το “γενικό” περιβάλλον δράσης των επιχειρηματιών εκείνης της εποχής. Ο Ξενοφώντας, αναφερόμενος στον οικονομικό και κοινωνικό θεσμό της ατομικής ιδιοκτησίας που ίσχυε στην αρχαία Ελλάδα, τόνισε τη σημασία λειτουργίας των ατομικών και μετοχικών επιχειρήσεων, που έδιναν τη δυνατότητα όχι μόνο εξασφάλισης διαβίωσης στους ιδιοκτήτες αλλά και τη συσσώρευση κερδών και συμμετοχής στις δημόσιες δαπάνες. Αντλήθηκε τη θετική συμβολή των επενδύσεων και την αναλογική σχέση ποσότητας κερδών και ύψους επενδύομένου κεφαλαίου και πρότεινε ότι “η πόλη αν θέλει να αυξήσει τα έσοδά της πρέπει να συμπεριφερθεί ως επιχειρηματίας”. Επίσης, εντόπισε ως κύρια χαρακτηριστικά του κεφαλαιούχου-επιχειρηματία τη δυνατότητα να επιλέγει τους περισσότερους αποδοτικούς εργάτες για την επιχείρηση του και να τους αναθέτει τις εργασίες ανάλογα με τις γνώσεις και τις δεξιότητες τους. Στον Πανηγυρικό του *Ισοκράτη* αναγνωρίζεται η χρησιμότητα και η ανάγκη καθιέρωσης του χοντρικού εμπορίου ως χρήσιμη και αξιόλογη δραστηριότητα για τους ελεύθερους πολίτες, αφού μέσω αυτού εξομαλύνονται οι ανισορροπίες μεταξύ προσφοράς και ζήτησης,

¹ Καραγιάννης Α., “Επιχειρηματικότητα και Οικονομία”, Interbooks, Αθήνα 1999, Κεφ. 1, σελ. 15.

αυξάνεται ο όγκος, η ποικιλία και η ποιότητα των προϊόντων που κυκλοφορούν στην οικονομία και μειώνεται το κόστος έρευνας αυτών που ζητούν τα προϊόντα (καταναλωτών και άλλων εμπόρων).²

Παρόλο που η επιχειρηματικότητα εκείνης της εποχής δεν έμοιαζε σε τίποτα με το περιεχόμενο που της έχει αποδοθεί στη σύγχρονη καπιταλιστική κοινωνία και η οικονομική αγορά ήταν βασισμένη σε διαφορετικές δομές, οι βασικές ιδέες που ανέπτυξαν οι αρχαίοι Έλληνες για την οργάνωση και διοίκηση της επιχείρησης, την ανάληψη κινδύνων και την επικερδή επένδυση των κεφαλαίων, ισχύουν και στις μέρες μας. Η οικονομία της εποχής χαρακτηριζόταν από έντονο κρατικό έλεγχο με την επιβολή πολλαπλών ηθικών και φιλοσοφικών φραγμών, που περιορίζαν τη δράση των επιχειρηματιών και εμπόδιζαν την επιχειρηματικότητα να λειτουργήσει ως κινητήρια δύναμη της οικονομικής δραστηριότητας.

Ειδικότερα ο *Richard Cantillon*, τα τελευταία χρόνια του εμποροκρατισμού (αρχές του 18^{ου} αιώνα), ανέπτυξε τη θεωρία της επιχειρηματικότητας με βάση την ανάληψη κινδύνων από την αβεβαιότητα. Σύμφωνα με την ερευνα του, ο επιχειρηματίας δραστηριοποιείται σε ένα οικονομικό περιβάλλον με προβλέψιμους και μη-προβλέψιμους κινδύνους, όπου και καλείται να αναλάβει κατά τη διάρκεια της επιχειρηματικής δραστηριότητάς του. Υποστηρίζει ότι ο επιχειρηματίας μέσω της ανισορροπίας της αγοράς προσπαθεί να επιτύχει το συνδυασμό χαμηλής τιμής αγοράς με υψηλή τιμή πώλησης, ώστε να μεγιστοποιήσει τα κέρδη του. Επίσης, τονίζει ότι ο επιχειρηματίας αντιμετωπίζοντας αναμενόμενο κόστος παραγωγής, προσδοκά “ την καθιέρωση άγνωστων μελλοντικών τιμών (*ex ante*) που θα του αποφέρουν κέρδος” και αναγνωρίζει την είσπραξη μιας ακαθόριστου ύψους επιπρόσθετης αμοιβής για τον επιχειρηματία, που οφείλεται στην ανάληψη πρωτοβουλιών και κινδύνων από την αβεβαιότητα καθώς και στην ικανοποιητική προσαρμογή του κάθε φορά στα νέα οικονομικά δεδομένα.

Ο *Adam Smith* στο έργο του “*The Wealth of Nations*” (1776), διαχωρίζει τις δραστηριότητες του καινοτόμου επιχειρηματία από αυτές του ερευνητή και κάνει λόγο για την επίτευξη των “έκτακτων κερδών” ως αποτέλεσμα προώθησης μιας νέας- βελτιωμένης παραγωγικής μεθόδου από τον επιχειρηματία. Το 1821 ο *David Ricardo* στο βιβλίο του “*Principles of Political Economy*” υποστηρίζει την καινοτομική δραστηριότητα του επιχειρηματία και αναγνωρίζει την απολαβή υπερκέρδους από τον πρώτο επιχειρηματία που καινοτομεί. Την ίδια χρονιά, ο *John Craig* επισημαίνει την υπεροχή του βιομηχανικού τομέα έναντι του αγροτικού, λόγω της χρησιμοποίησης περισσότερων μηχανοποιημένων μεθόδων παραγωγής και αναγνωρίζει την ύπαρξη βραχυχρόνιου υπερκέρδους για τον καινοτόμο επιχειρηματία. Το κέρδος όμως αυτό εξαφανίζεται μακροχρόνια με την επενέργεια της δραστηριότητας των ανταγωνιστών και τα οφέλη της νέας τεχνολογίας καρπώνονται πλέον οι καταναλωτές.³ Ο *Samuel Read* επικέντρωσε περισσότερο το ενδιαφέρον του στη θετική συνεισφορά του καινοτόμου επιχειρηματία απ’ ότι ο δάσκαλος του *Adam Smith* και θεώρησε ως δίκαιη αμοιβή της επιχειρηματικής δραστηριότητας την αύξηση των κερδών που προέρχεται από την εισαγωγή της νέας τεχνολογίας και την αύξηση της παραγωγικότητας. Οι *Scrope*, *T. Hodgskin*, *H. von Thunen*, *G. Schmoller* και *H. Mangold* αποτελούν μερικούς ακόμη οικονομολόγους στοχαστές που αντιλήφθηκαν και υποστήριξαν τη δράση του καινοτόμου επιχειρηματία ως βασική αιτία οικονομικής ανάπτυξης.

² Καραγιάννης Α. , Κεφ 3, σελ 59

³ Καραγιάννης Α. , Κεφ 8, σελ 171.

➤ **Η ανεξάρτητη και πρωτοποριακή συμβολή του Rowland Hamilton στη θεωρία της επιχειρηματικότητας.**

Ο *Rowland Hamilton* ήταν ένας Βρετανός συγγραφέας του τέλους του 19^{ου} αιώνα που ασχολήθηκε με τις κοινωνικές επιστήμες και δημοσίευσε αρκετές εργασίες που άπτονται στην επιχειρηματικότητα.

Ο *Hamilton* επισημαίνοντας τον ενεργό ρόλο του κεφαλαιούχου-επιχειρηματία, αναπτύσσει τη θεωρία της επιχειρηματικότητας σε άμεση σχέση με τους κινδύνους, την αβεβαιότητα και το κέρδος. Αντλαμβάνεται το επιχειρηματικό κέρδος ως τη “δίκαιη” ανταμοιβή του επιχειρηματία για την ανάληψη όχι μόνο των υπολογίσιμων κινδύνων, άλλα κυρίως αυτών που προέρχονται από την αβεβαιότητα και δε μπορούν να ενταχθούν στο κόστος παραγωγής. Τονίζει ότι η ύπαρξη ατελούς πληροφόρησης, απρόβλεπτων οικονομικών γεγονότων, ανισορροπίας προσφοράς και ζήτησης και μεταβολής της αξίας του χρήματος αποτελούν αιτίες πρόκλησης κινδύνων και αβεβαιότητας, που οι επιχειρηματίες καλούνται να αντιμετωπίσουν σε κάθε οικονομική ενέργεια τους και αναγνωρίζει την αβεβαιότητα ως ανασταλτικό παράγοντα ανάληψης επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, που επηρεάζει παράλληλα το επίπεδο απασχόλησης και το ύψος της αμοιβής των παραγωγικών συντελεστών⁴. Θεωρεί ως ενεργητικό ρόλο του επιχειρηματία τη σωστή οργάνωση και διαχείριση της επιχείρησής του, την εισαγωγή καινοτομιών στην παραγωγική διαδικασία, την προώθηση νέων προϊόντων και τη διοχέτευση αυτών σε νέες αγορές ενώ ως παθητικό ρόλο την ανάληψη κινδύνων από την αβεβαιότητα.

Ο *Hamilton* υποστηρίζει ότι η ανάληψη κινδύνων και αβεβαιότητας είναι αυτή που δικαιολογεί την επιχειρηματική αμοιβή και αποτελεί στην ουσία τη βασική δραστηριότητα της επιχειρηματικότητας.

➤ **Η ανάληψη κινδύνων από την αβεβαιότητα.**

Στις αρχές του 20^{ου} αιώνα ο *Frank Knight* από την μεριά του, αναπτύσσει ως ξεχωριστή θεωρία της επιχειρηματικότητας την ανάληψη κινδύνων από την αβεβαιότητα. Υποστηρίζει ότι “επιχειρηματίας είναι αυτός που φέρει κινδύνους οι οποίοι πηγάζουν από την αβεβαιότητα που χαρακτηρίζει την πραγματική οικονομική ζωή”. Κατά τον *Knight*, ο επιχειρηματίας καλείται να λάβει αποφάσεις σε ένα περιβάλλον ατελούς πληροφόρησης σχετικά με τη διαμόρφωση της μελλοντικής ζήτησης και το ύψος της τιμής των αγαθών και των παραγωγικών συντελεστών. Σύμφωνα με το συγκεκριμένο ερευνητή η σωστή επιλογή των απαραίτητων παραγωγικών συντελεστών και ο αποδοτικός συνδυασμός τους καθώς και η διαμόρφωση τιμής πώλησης των αγαθών και τιμής αγοράς των εισροών αποτελούν μερικές από τις πηγές αβεβαιότητας που αντιμετωπίζει ο επιχειρηματίας.

Ο *Knight* στη μελέτη του αναφέρει ότι διάφοροι κοινωνικοί, ψυχολογικοί, οικονομικοί και οικογενειακοί κίνδυνοι αποτελούν βασικές πηγές αβεβαιότητας που

⁴ Καραγιάννης Α. Κεφ. 4, σελ. 92.

επηρεάζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα. Ο καινοτόμος επιχειρηματίας είναι αναγκαίος προκειμένου να δραστηριοποιηθεί και να δημιουργήσει οικονομική μεγέθυνση να απολαμβάνει ταυτόχρονα υλική ανταμοιβή- το καθαρό κέρδος- και άυλη ανταμοιβή όπως την ανεξαρτησία και το "αίσθημα δημιουργίας".

Στη συγκεκριμένη έρευνα του *Knight* πάνω στην επιχειρηματικότητα εντοπίζονται ορισμένες αδυναμίες και παραλήψεις. Αρχικά, καθιστώντας τον επιχειρηματία "παθητικό" δέκτη των συνεχόμενων μεταβολών και των απροσδόκητων εξελίξεων του οικονομικού συστήματος, αποκλείει την ενεργή ανάμιξη του στην αναμόρφωση και πρόοδο της οικονομίας. Επιπλέον, θέτει ως κεντρικό στοιχείο της επιχειρηματικής λειτουργίας την ανάληψη κινδύνων από την αβεβαιότητα, που μπορεί όμως να χαρακτηριστεί ως σοβαρός ανασταλτικός παράγοντας της επιχειρηματικότητας. Επίσης, στη σημερινή εποχή η σύγχρονη γνώση και τα διάφορα μέσα επικοινωνίας έχουν συντελέσει ώστε να μειωθεί δραστικά το μέγεθος της αβεβαιότητας που αντιμετωπίζουν οι επιχειρηματίες. Η διασύνδεση της επιχειρηματικότητας με το φαινόμενο της αβεβαιότητας μάλλον αποδυναμώνει παρά ενισχύει το σημαντικό αναπτυξιακό ρόλο του επιχειρηματία στη θεωρία και στην πραγματική οικονομική ζωή.⁵ Η επιχειρηματικότητα είναι μια "ενεργητική δραστηριότητα που εμφανίζεται "συνθετικά" μέσω της καινοτομικής δράσης, του αποδοτικότερου συνδυασμού των σπάνιων παραγωγικών μέσων και της κάλυψης των ανισορροπιών (σε ποσότητες και τιμές) της αγοράς

2.3 Ο ρόλος της καινοτομίας στην επιχειρηματικότητα

Τη σημερινή εποχή παρατηρείται μία έντονη στροφή στήριξης και προώθησης του ρόλου του μικροεπιχειρηματία από την οικονομική πολιτική πολλών αναπτυγμένων χωρών, αφού έχει αναγνωριστεί η συμβολή του καινοτόμου επιχειρηματία τόσο στη λειτουργία και ανάπτυξη της οικονομίας όσο και στην αύξηση της παραγωγικότητας και αποτελεσματικότητας. Άλλωστε η συνεχή τεχνολογική πρόοδο και ανάπτυξη της επιστήμης δημιουργεί στους επιχειρηματίες μία ισχυρή διάθεση καινοτομίας και δυναμικής δραστηριοποίησης τους απ' ότι παλιότερα. Ο *J. A. Schumpeter* στην εργασία του "The Theory of Economic Development" (1911) καθιερώνει το ρόλο του καινοτόμου επιχειρηματία και αναγνωρίζεται καθολικά ως ο κύριος ερμηνευτής της συγκεκριμένης επιχειρηματικής δραστηριότητας. Ο εντοπισμός όμως της δράσης του καινοτόμου επιχειρηματία έχει τις ρίζες της από πολύ παλιά, από τη Βιομηχανική Επανάσταση, όπου η εισαγωγή της νέας τεχνολογίας συντέλεσε στην οικονομική και κοινωνική αναθεώρηση της ζωής των ατόμων, προκαλώντας το έντονο ενδιαφέρον μελέτης πολλών οικονομολόγων.

➤ Η Θεωρία του καινοτόμου επιχειρηματία κατά τον 19^ο αιώνα.

Στα τέλη του 19^{ου} αιώνα η εργασία του *Alfred Marshall* "Principles of Economics" αναφέρεται σε κάποια βασικά χαρακτηριστικά του καινοτόμου επιχειρηματία, που αποτέλεσαν τη βάση μελέτης αρκετών μεταγενέστερων οικονομολόγων. Επισημαίνει τον ενεργό ρόλο του καινοτόμου επιχειρηματία στις

⁵ Καραγιάννης Α. , σελ 220.

σημαντικές δυναμικές μεταβολές της οικονομίας και παρόλο που αναγνωρίζει ως αναπόσπαστα στοιχεία της οικονομικής ανάπτυξης τη γνώση και τις εφευρέσεις, δε τα συσχετίζει άμεσα με την επιχειρηματική δραστηριότητα. Ο καινοτόμος επιχειρηματίας, σύμφωνα με τον *Marshall*, εισάγει νέες αποδοτικότερες μεθόδους παραγωγής και νέα προϊόντα, τα οποία προωθεί διαμέσου της δύναμης που κατέχει να διαμορφώνει τις καταναλωτικές προτιμήσεις και με αυτό τον τρόπο να προκαλεί θετικές εξωτερικές οικονομίες κλίμακας στους διάφορους κλάδους παραγωγής.⁶ Ο *Marshall* επίσης υποστήριξε ότι η δράση του καινοτόμου επιχειρηματία χαρακτηρίζει κυρίως τους μεγαλοεπιχειρηματίες και επισήμανε ότι η αδυναμία του μικροεπιχειρηματία να διαδραματίσει έναν ανάλογο ρόλο προκύπτει λόγω έλλειψης επαρκών κεφαλαίων, χρηματοδοτικής πίστης και παρουσίας έντονων κινδύνων που πηγάζουν από την αβεβαιότητα. Το 1899 και ο *J. B. Clark* στο έργο “The Distribution of Wealth” αναγνωρίζει, όπως και οι προκάτοχοι του, την επιχειρηματική δραστηριότητα του καινοτόμου επιχειρηματία ως τη κινητήρια δύναμη της οικονομικής προόδου, αλλά παράλληλα επισημαίνει την πολλαπλασιαστική επίδραση της εισαγωγής βελτιωμένων προϊόντων στην κατανάλωση και κατ’ επέκταση στην αύξηση της απασχόλησης και των αμοιβών.

Οι παραπάνω οικονομολόγοι λοιπόν, αντιλήφθηκαν την επιχειρηματική δραστηριότητα του καινοτόμου επιχειρηματία και τις θετικές επιδράσεις της στην οικονομία και τονίζοντας την αναγκαιότητα ύπαρξης του βραχυχρόνιου μονοπωλιακού κέρδους ως ανταμοιβή της εισαγωγής νέας τεχνολογίας και της ανάληψης κινδύνων από την αβεβαιότητα, τάχτηκαν υπέρ της θεσμοθέτησης του δικαιώματος της ευρεσιτεχνίας. Παρόλο όμως που παρατήρησαν και αναγνώρισαν το δυναμικό ρόλο και τη θετική συμβολή του καινοτόμου επιχειρηματία ανέπτυξαν κυρίως τον οργανωτικό ρόλο του, αγνοώντας τις υπόλοιπες πτυχές της δράσης του (δημιουργία νέας αγοράς, νέου προϊόντος).

➤ *Η Θεωρία του J. A. Schumpeter για τη δράση του καινοτόμου επιχειρηματία.*

Ο *J. A. Schumpeter* αποτελεί τον ερευνητή που με το έργο του εδραίωσε τη λειτουργία του καινοτόμου επιχειρηματία στην Οικονομική Επιστήμη. Θεωρώντας ως δεδομένη κινητήρια δύναμη επιχειρηματικής καριέρας το οικονομικό κίνητρο του κέρδους, αντιλαμβάνεται και άλλα σπουδαία κίνητρα που ωθούν το άτομο προς την καριέρα αυτή. Αυτά είναι η επιθυμία διάκρισης, επιτυχίας και εκδήλωσης ενεργητικότητας, ευφυΐας, και ανωτερότητας έναντι των άλλων. Ο καινοτόμος επιχειρηματίας κατά τον *Schumpeter* διαδραματίζει ενεργό ρόλο στις οικονομικές εξελίξεις όχι μόνο όταν εισάγει αχρησιμοποίητους διαθέσιμους πόρους στην παραγωγική διαδικασία, αλλά κυρίως όταν κατορθώνει να συνδυάζει αποτελεσματικότερα και αποδοτικότερα αυτούς που ήδη υπάρχουν. Δεν ταυτίζει επομένως την καινοτομία μόνο με τη χρησιμοποίηση μιας εφεύρεσης, αλλά με την επιτυχή είσοδο μιας νέας και πρωτοποριακής μεθόδου στην παραγωγική διαδικασία.

Οι καινοτομίες, ως δυναμικό στοιχείο του οικονομικού συστήματος εμφανίζονται σύμφωνα με τον *Schumpeter*, με τις εξής μορφές:

1. με την είσοδο στην αγορά ενός νέου ή καλύτερου ποιοτικά αγαθού,
2. με τη χρησιμοποίηση μιας νέας παραγωγικής διαδικασίας ή με την απόκτηση μιας νέας εισροής,

⁶ Καραγιάννης Α. Κεφ 8, σελ 173.

3. με την διάνοιξη μιας νέας αγοράς και
4. με την πραγματοποίηση μιας νέας μορφής και οργάνωσης της επιχείρησης.⁷

Ο *Schumpeter* αντιλαμβάνεται τον επιχειρηματία ως "το δημιουργό του κέρδους", ο οποίος δρα καινοτομώντας. Διαχωρίζοντας τη θέση του από τους κλασσικούς, θεωρεί ότι βασική λειτουργία του καπιταλισμού δεν είναι η ύπαρξη του ελεύθερου ανταγωνισμού, αλλά του ανταγωνισμού που εμφανίζεται με τη μορφή νέων ή βελτιωμένων ποιοτικά προϊόντων, νέων αγορών και νέας τεχνολογίας και που πηγάζει από τη δραστηριότητα του καινοτόμου επιχειρηματία. Αναγνωρίζει το κέρδος, σε αντίθεση με τους μισθούς, ως προσωρινό εισόδημα το οποίο "γλιστρά από τα χέρια του επιχειρηματία όταν εκπληρωθεί η επιχειρηματική υπηρεσία" δηλαδή "όταν διαδοθεί η καινοτομία και αρχίσει ο ανταγωνισμός τιμών και ποσοτήτων". Θεωρεί ότι η προστασία του δικαιώματος της ευρεσιτεχνίας και η σπανιότητα και πολυπλοκότητα της επιχειρηματικότητας ως παραγωγικού συντελεστή, συνθέτουν τους παράγοντες που δικαιολογούν τη δημιουργία βραχυχρόνιου μονοπωλίου και βραχυχρόνιου μονοπωλιακού κέρδους. Ο *Schumpeter* στη θεωρία του για τον καινοτόμο επιχειρηματία, δεν αναγνωρίζει την επιχειρηματικότητα ως τον "παθητικό" παραγωγικό συντελεστή που αναλαμβάνει τους κινδύνους από την αβεβαιότητα του οικονομικού συστήματος. Αντιθέτως, θεωρεί ως "ενεργητική" τη συμβολή του καινοτόμου επιχειρηματία στην παραγωγική διαδικασία και την ανάπτυξη της οικονομίας και του αναγνωρίζει την ικανότητα να μετακυλύει τους κινδύνους από την αβεβαιότητα σε άλλους οικονομικούς φορείς.

⁷ Καραγιάννης Α. , Κεφ 8, σελ 178.

3. ΟΙ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΩΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Στο σύγχρονο περιβάλλον του έντονου ανταγωνισμού και της διεθνοποίησης, οι Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις (ΜΜΕ) αναγνωρίζονται ως ο κυριότερος μοχλός ανάπτυξης και στήριξης της απασχόλησης σε παγκόσμιο επίπεδο. Αποτελώντας δυναμικό παράγοντα βιώσιμης οικονομικής ανάπτυξης, έχουν αποδείξει ότι είναι η ανθεκτικότερη και επικρατέστερη μορφή επιχείρησης στα πλαίσια της παγκοσμιοποίησης και της μακροχρόνιας κρίσης, που δραστηριοποιούνται όμως σ' ένα όχι και τόσο "φιλικό" επιχειρηματικό καθεστώς. Επομένως επιτακτική είναι η ανάγκη προώθησης και η διαμόρφωσης σταθερών πολιτικών και θεσμικού πλαισίου που ευνοεί την ανταγωνιστικότητα, την καινοτόμα επιχειρηματικότητα και τη γρήγορη ανάπτυξη των ΜΜΕ.

➤ *Τύποι Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων*

Υπάρχουν διάφοροι τύποι ΜΜΕ, οι οποίοι καλύπτουν ποικίλα πεδία επιχειρηματικής δράσης. Μερικοί απ' αυτούς είναι οι επιχειρήσεις λιανικών πωλήσεων, χονδρικών πωλήσεων, παροχής υπηρεσιών και οι μεταποιητικές επιχειρήσεις. Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή καθορίζονται οι εξής τύποι ΜΜΕ και τα αντίστοιχα όρια τους:

1. Επιχειρήσεις «Μεσαίου Μεγέθους»: οι επιχειρήσεις αυτές απασχολούν από 50 έως 250 εργαζομένους, πλήρους απασχόλησης, που εργάστηκαν διαρκώς επί ένα χρόνο, έχουν ετήσιο κύκλο εργασιών που δεν υπερβαίνει τα 40 εκατ. ECU.
2. Επιχειρήσεις «Μικρού Μεγέθους»: οι επιχειρήσεις αυτές απασχολούν από 10 έως 50 υπαλλήλους και έχουν ετήσιο κύκλο εργασιών που δεν υπερβαίνει τα 7 εκατ. ECU.
3. Επιχειρήσεις «Πολύ Μικρού Μεγέθους»: οι επιχειρήσεις αυτές απασχολούν μέχρι 10 άτομα προσωπικό (95% των ελληνικών επιχειρήσεων).

Ο διαχωρισμός των παραπάνω τύπων από την ΕΕ, παρόλο που κρίνεται αναγκαίος για τη χορήγηση των επενδυτικών κινήτρων, δεν είναι κοινά αποδεκτός και από την Τράπεζα της Ελλάδας. Αυτό προκαλεί δυσχέρειες στο χαρακτηρισμό κάποιων επιχειρήσεων που βρίσκονται στα όρια των αντίστοιχων ορισμών ως μικρομεσαίων, με δυσμενείς συνέπειες στην κατανομή κονδυλίων αντίστοιχων επιχορηγούμενων επενδυτικών προγραμμάτων.⁸

➤ *Η ανάγκη διαμόρφωσης ευνοϊκών πολιτικών και σταθερού θεσμικού πλαισίου*

Η δυναμική, πολυπρόσωπη και πολλά υποσχόμενη παρουσία των ΜΜΕ στη διεθνή οικονομική σκηνή, κινητοποιεί τις κυβερνήσεις αναπτυσσόμενων και

⁸ Κορρές- Χιόνης, "Ελληνική Οικονομία", Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα 2003, Κεφ. 2, σελ. 100.

αναπτυγμένων χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης προς τη χάραξη μιας κοινής κατεύθυνσης αξιολόγησης προγραμμάτων και πολιτικών, ώστε να αναδεικνύονται και να τελειοποιούνται αυτά που πρέπει να συνεχιστούν. Η προώθηση και ενίσχυση του θεσμού των ΜΜΕ, επιβάλλει ολοκληρωμένη και συντονισμένη οικονομική πολιτική αλλά και διαμόρφωση ενός σταθερού και ευέλικτου στις διεθνείς μεταβολές οικονομικού περιβάλλοντος, που θα ενισχύει την εμπιστοσύνη των επιχειρήσεων και των καταναλωτών. Η οικονομική πολιτική που διαμορφώνει το ευρύτερο οικονομικό περιβάλλον αποτελείται από τους τρεις βασικούς άξονες της νομισματικής, δημοσιονομικής και αναπτυξιακής πολιτικής. Η νομισματική πολιτική ασκείται συγκεντρωτικά από την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα, με απώτερο στόχο τη διατήρηση σταθερού οικονομικού περιβάλλοντος χωρίς πληθωρισμό, ανεργία και δυσμενείς μεταβολές συναλλαγματικής ισοτιμίας ευρώ έναντι των άλλων βασικών νομισμάτων. Με δεδομένη την αποτελεσματική νομισματική πολιτική, ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η διαμόρφωση της δημοσιονομικής και αναπτυξιακής πολιτικής που ασκούνται αποκεντρωτικά- σε εθνικό επίπεδο- και επηρεάζουν σημαντικά το εγχώριο μακροοικονομικό περιβάλλον και την ανταγωνιστικότητα της κάθε χώρας.

Στα πλαίσια λοιπόν της παγκοσμιοποίησης και της ενοποίησης των αγορών για την ενίσχυση και προώθηση των ΜΜΕ απαιτείται η υλοποίηση ενός συνόλου πολιτικών.

1. Συντονισμός δημοσιονομικής, διαρθρωτικής και αναπτυξιακής πολιτικής με κατεύθυνση το σταθερό μακροοικονομικό περιβάλλον, ώστε να ευνοηθούν η ανταγωνιστικότητα, η παραγωγικότητα, το διεθνές εμπόριο και οι επενδύσεις.
2. Αξιοκρατική εφαρμογή των κανόνων και της νομοθεσίας, περιορισμό της γραφειοκρατίας καθώς και διαφανή φορολογικά συστήματα.
3. Γεφύρωση χάσματος μεταξύ ερευνητικών εργαστηρίων και αγοράς, διάδοση των νέων τεχνολογιών και ενθάρρυνση χρησιμοποίησης καινοτομιών.
4. Αποδοτικά και καλά σχεδιασμένα προγράμματα στήριξης και ανάπτυξης καινοτόμων ΜΜΕ
5. Μείωση των εμποδίων πρόσβασης των ΜΜΕ στην εγχώρια και παγκόσμια αγορά
6. Κινητοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού μέσω της ένταξης της επιχειρηματικότητας στην εκπαίδευση και την ανάπτυξη του επιχειρηματικού πνεύματος στους νέους, την προώθηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας και τη στήριξη των μειονεκτούντων ομάδων.



3.1 Η επιχειρηματικότητα και η καινοτομία ως παράγοντες ανάπτυξης των ΜΜΕ.

➤ Η Ίδρυση Νέων Καινοτόμων Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων μέσω της Προώθησης της Επιχειρηματικότητας.

Στις μέρες μας, το ενδιαφέρον των αναπτυγμένων χωρών συγκεντρώνεται στα θετικά οικονομικά και κοινωνικά αποτελέσματα των δυναμικών ΜΜΕ επιχειρήσεων.

Η ανάγκη τόνωσης και ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας, ως αναντικατάστατος παραγωγικός συντελεστής και αναπόσπαστος παράγοντας οικονομικής ευημερίας, παρουσιάζεται τόσο έντονα όσο ποτέ άλλοτε. Η ίδρυση νέων επιχειρήσεων που παρουσιάζουν το προφύλ της καινοτομίας επιχειρηματικής δραστηριότητας και κάνουν χρήση υψηλής τεχνολογίας και νέων αποδοτικότερων μεθόδων παραγωγής συμβάλλουν στη μακροχρόνια αύξηση της απασχόλησης και της παραγωγικότητας του συνόλου της οικονομίας.

Η προώθηση της επιχειρηματικότητας στην ίδρυση νέων επιχειρήσεων και στην ανάπτυξη των υφιστάμενων επιχειρήσεων, απαιτεί ένα ευρύ φάσμα συντονισμένων και υγιών οικονομικών πολιτικών. Αυτό περιλαμβάνει αρχικά δημοσιονομική και νομισματική πολιτική στραμμένες στη διαμόρφωση σταθερού μακροοικονομικού περιβάλλοντος, ανθεκτικού στις διεθνείς πιέσεις και μεταβολές. Επίσης, διαρθρωτικά μέτρα που αφορούν στην αγορά εργασίας, τη φορολογία και τον ανταγωνισμό, πρέπει να λαμβάνονται με γνώμονα τη συνεχή στήριξη των μικρών επιχειρήσεων. Όσο αφορά τις διοικητικές διαδικασίες εισόδου και εξόδου των επιχειρήσεων, είναι αναγκαίο να απλουστευτούν και να αναθεωρηθούν καθώς και τα διάφορα ρυθμιστικά βάρη που επιβαρύνουν δυσανάλογα τις ΜΜΕ και πλήττουν την επιχειρηματική δραστηριότητα να διατηρηθούν σε χαμηλά επίπεδα. Είναι γεγονός ότι η επιχειρηματική πρωτοβουλία αναστέλλεται πολλές φορές από το σχηματισμό ομάδων επιχειρήσεων που εκμεταλλεύονται την οικονομική και πολιτική τους δύναμη, αποτελώντας εμπόδιο στην είσοδο νέων επιχειρηματιών⁹.

Οι κυβερνητικοί φορείς πρέπει να είναι σε θέση πέρα από τη διαμόρφωση πολιτικών στήριξης να μπορούν να επηρεάζουν το γενικότερο επιχειρηματικό περιβάλλον και να επεμβαίνουν δημιουργικά και αποτελεσματικά στην περίπτωση αποτυχίας των αγορών και περιορισμού της εξέλιξης των μικρών, καινοτόμων επιχειρήσεων. Η συμβολή της "κοινωνικής επιχειρηματικότητας" για την προώθηση της απασχόλησης των μειονεκτικών πληθυσμιακών ομάδων και την καταπολέμηση της φτώχειας έχει αναγνωρισθεί και η εξασφάλιση μεγαλύτερης οικονομικής αποδοτικότητας επιβάλλει το συντονισμό των προγραμμάτων που απευθύνονται στις ομάδες αυτές και την εναρμόνιση οικονομικής και κοινωνικής πολιτικής.

Η προώθηση της επιχειρηματικότητας και της ίδρυσης νέων ΜΜΕ συμβάλλουν στην αύξηση της απασχόλησης και της παραγωγικότητας. Οι νέες επιχειρήσεις αν και αντιμετωπίζουν σκληρό και αθέμιτο αρκετές φορές ανταγωνισμό, κατορθώνουν επιδεικνύοντας υψηλό επίπεδο καινοτομίας, δεξιοτήτων και τεχνολογίας αφενός να εδραιώσουν τη θέση τους στο ευρύτερο επιχειρηματικό περιβάλλον και αφετέρου να αποτελέσουν πηγή νέων αποτελεσματικότερων παραγωγικών διαδικασιών και ποιοτικότερων αγαθών. Τα τελευταία χρόνια, εμπειρικές μελέτες του ΟΟΣΑ καταγράφουν αυξημένη κινητικότητα εισόδου και εξόδου επιχειρήσεων, αφού οι λιγότερο παραγωγικές μονάδες αδυνατούν να προσαρμοστούν στη δυναμική της σύγχρονης παγκοσμιοποιημένης οικονομίας με αποτέλεσμα να συρρικνώνονται ή να αποχωρούν από τον κλάδο¹⁰. Στο προσκήνιο εμφανίζονται νέες επιχειρήσεις με δημιουργικότερο συνδυασμό παραγωγικών συντελεστών και επιχειρηματικών δραστηριοτήτων που παρουσιάζουν γοργό ρυθμό μεγέθυνσης και ευημερίας, δημιουργώντας ταυτόχρονα νέες θέσεις εργασίας. Αν και βραχυχρόνια παρατηρείται αυξημένο ποσοστό εισόδου και εξόδου επιχειρήσεων με επιπτώσεις στο τομέα της απασχόλησης, μακροχρόνια αποδεικνύεται αύξηση της παραγωγικότητας μέσω της

⁹ ΟΟΣΑ- "2^η Υπουργική Διάσκεψη του ΟΟΣΑ για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις (ΜΜΕ) "- ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥΠΟΛΗ, 3-5/6/04

¹⁰ ΟΟΣΑ, 2004.

μεταφοράς εισροών σε αποδοτικότερες παραγωγικές διαδικασίες και συνεχή αναβάθμιση του βιοτικού επιπέδου.

Η ενίσχυση επομένως του θεσμού των ΜΜΕ προϋποθέτει εξασφάλιση σταθερών μακροοικονομικών συνθηκών και πλαισίου στήριξης του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, περιορισμό και απλούστευση των διοικητικών διατάξεων και του κόστους που επιβαρύνουν δυσανάλογα τις ΜΜΕ και ταυτόχρονα προώθηση μιας διαδικασίας συστηματικής αξιολόγησης, ώστε να εξασφαλίζεται ότι τα προγράμματα υπέρ των ΜΜΕ και της επιχειρηματικότητας είναι οικονομικά αποδοτικά και αποφέρουν αποτελέσματα.¹¹

➤ *Η Αναβάθμιση του Εκπαιδευτικού Συστήματος ως Βασικός Προσανατολισμός της Πολιτικής Προώθησης της Επιχειρηματικότητας.*

Η επιχειρηματικότητα συνδυάζοντας το τρίπτυχο δημιουργικότητα, καινοτομικότητα και ανάληψη κινδύνου, αποτελεί βασική μέθοδο ανάπτυξης οικονομικής δραστηριότητας. Δεδομένου ότι τα γνωστικά εφόδια και η ποιότητα του ανθρώπινου δυναμικού αποτελούν βασικούς υποστηρικτικούς παράγοντες ανάπτυξης και ανταγωνιστικότητας, η προώθηση επιχειρηματικής κουλτούρας και αντίληψης μέσω εκπαιδευτικών προγραμμάτων αποκτά ολοένα και μεγαλύτερη προτεραιότητα στο πρόγραμμα των κυβερνήσεων. Η εκπαίδευση σε θέματα επιχειρηματικότητας και η διαμόρφωση επιχειρηματικής συμπεριφοράς δείχνουν να επηρεάζουν θετικά την κερδοφορία και την κινητικότητα των ΜΜΕ. Το μέγεθος μιας επιχείρησης, η δικτύωση της, η καινοτομία σε προϊόντα, μεθόδους παραγωγής, διοίκησης και διανομής, η εδραίωση της πάνω στην κάλυψη επαρκούς εγχώριας ζήτησης και η εξωστρέφεια της αποτελούν μερικούς από τους σημαντικότερους παράγοντες που πρέπει να χαρακτηρίζουν μια επιχείρηση προκειμένου αυτή να ενταχθεί επιτυχώς στο διεθνοποιημένο οικονομικό περιβάλλον¹². Παράλληλα όμως μ' αυτούς επισημαίνονται και ορισμένοι άλλοι που συνδέονται άμεσα με την εκπαίδευση και τη νέα γνώση. Η χρήση εξειδικευμένου προσωπικού, η διοίκηση μιας επιχείρησης με σύγχρονες τεχνικές και εργαλεία μανάτζμεντ, αλλά και η χρήση της τεχνολογίας και συγκεκριμένα της πληροφορικής αποτελούν αναπόσπαστα στοιχεία εδραίωσης και δυναμικής εμφάνισης μιας επιχείρησης στο διεθνές οικονομικό στερέωμα.

Η ενίσχυση της εκπαίδευσης αποτελεί βασικό παράγοντα μακροοικονομικής ανάπτυξης και σταθερότητας. Οι διαρκώς μεταβαλλόμενες συνθήκες της παγκοσμιοποιημένης οικονομίας απαιτούν συνεχιζόμενη δια βίου εκπαίδευση και κατάρτιση, ώστε να καλύπτονται οι ανάγκες για εξειδικευμένες γνώσεις και δεξιότητες. Η εικόνα που παρουσιάζουν σήμερα οι ΜΜΕ κατά την πλειοψηφία τους είναι αδυναμία απορρόφησης νέας γνώσης, αξιοποίησης νέας τεχνολογίας και ενσωμάτωσης νέων μεθόδων οργάνωσης βασισμένες στο κεφάλαιο γνώσεων των στελεχών και των εργαζομένων τους. Παρ' όλο που έχει αναγνωριστεί ο μείζων ρόλος της εκπαίδευσης στην προώθηση επιχειρηματικών αξιών και αντιλήψεων και ποικίλες πρωτοβουλίες αναλαμβάνονται προς αυτή την κατεύθυνση, πολλές είναι οι αντιζοότητες και οι υστερήσεις που παραμένουν και χαρακτηρίζουν τον τομέα αυτόν. Η Ελλάδα παρουσιάζει μειωμένες δαπάνες για την εκπαίδευση ως ποσοστό του ΑΕΠ και έλλειψη συντονισμού μακροπρόθεσμου οικονομικού σχεδιασμού και

¹¹ ΟΟΣΑ- "2^η ΥΠΟΥΡΓΙΚΗ ΔΙΑΣΚΕΨΗ ΤΟΥ ΟΟΣΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (ΜΜΕ) "- ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥΠΟΛΗ, 3-5/6/04.

¹² ΕΣΑΑ- "Ετήσια Έκθεση για την Ανταγωνιστικότητα 2003", ΑΘΗΝΑ- Ιανουάριος 2004, σελ.181.

εκπαιδευτικών προγραμμάτων. Επιτακτική επομένως κρίνεται η βελτίωση της ποιότητας της παρεχόμενης εκπαίδευσης, η αύξηση των δαπανών για την παιδεία και η μεγιστοποίηση της αποτελεσματικότητάς τους, η προσαρμογή των εκπαιδευτικών προγραμμάτων στις απαιτήσεις της παγκοσμιοποιημένης οικονομίας και η ενσωμάτωση της επιχειρηματικότητας σε όλες τις εκπαιδευτικές βαθμίδες, προκειμένου να ευνοηθούν και να εκσυγχρονιστούν οι ΜΜΕ.

Η οικονομική δραστηριότητα πρέπει να αναπροσανατολιστεί προς την κατεύθυνση της μανθάνουσας οικονομίας μέσω στενής συνεργασίας κρατικών υπηρεσιών, κοινωνικών φορέων και ιδιωτικού τομέα. Από διάφορες έρευνες έχει προκύψει ότι η τυπική εκπαίδευση και το σύστημα κατάρτισης δεν ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις των σύγχρονων αναγκών και νέων προτεραιοτήτων της παγκοσμιοποιημένης οικονομίας και παράλληλα οι πολιτικές στήριξης των ΜΜΕ, που αναζητούν νέους προσανατολισμούς και αποτελεσματική αξιοποίηση των προσφερόμενων κινήτρων και χρηματοδοτήσεων, δεν έχουν αναπτυχθεί ικανοποιητικά. Η ένταξη, επομένως της διδασκαλίας της επιχειρηματικότητας σε όλες τις βαθμίδες της εκπαίδευσης, η αναζήτηση σύγχρονων και υψηλού επιπέδου γνώσεων αλλά και η εφαρμογή συλλογικής συμπεριφοράς και λειτουργίας κρατικών θεσμών, ιδιωτικών φορέων και κοινωνικών ομάδων αποτελούν δραστηριότητες που είναι ικανές να παράγουν γνώση και να προωθήσουν την ανταγωνιστικότητα και αποδοτικότητα όχι μόνο των ΜΜΕ αλλά και του συνόλου της οικονομίας.

3.2 Επιχειρηματικότητα και ΜΜΕ στο νέο παγκοσμιοποιημένο οικονομικό περιβάλλον.

Αναμφισβήτητο είναι το γεγονός ότι κάθε μορφή οικονομικής δραστηριότητας κατευθύνεται προς την παγκοσμιοποίηση. Στον 21^ο αιώνα, ένα παγκόσμιο σύστημα παραγωγής και διανομής εξελίσσεται και αναπτύσσεται σχεδόν παρόμοια με τον τρόπο όπου οι τοπικές και περιφερειακές αγορές εξελίχθηκαν σε διεθνείς κατά τη διάρκεια του περασμένου αιώνα. Σχεδόν σε κάθε σύγχρονη και ενεργή οικονομικά χώρα του πλανήτη, η σπουδαιότητα του διεθνούς εμπορίου και των άμεσων ξένων επενδύσεων (ΑΞΕ) έχει αναδειχθεί σε πρωταρχικό παράγοντα ανάπτυξης και οικονομικής μεγέθυνσης. Η αύξηση του μεγέθους των ΑΞΕ είναι αξιοσημείωτη, εμφανίζοντας πολλές φορές ρυθμό ανάπτυξης μεγαλύτερο και από αυτούς της παγκόσμιας παραγωγικότητας και του διεθνούς εμπορίου¹³.

Η παγκοσμιοποίηση αναφέρεται σε ένα ιδιαίτερο σύστημα διασυνδέσεων μεταξύ κρατών, κοινωνιών και οργανισμών που συνθέτουν την παρούσα σκηνή του σύγχρονου οικονομικού συστήματος. Δημιουργεί νέες δομές και σχέσεις, με αποτέλεσμα οι επιχειρηματικές αποφάσεις και ενέργειες που λαμβάνουν χώρα σε ένα σημείο του πλανήτη να έχουν συγκεκριμένες οικονομικές και κοινωνικές συνέπειες και στα υπόλοιπα μέρη αυτού. Το συνεχές μεταβαλλόμενο τεχνολογικό περιβάλλον στους κλάδους των τηλεπικοινωνιών και της πληροφόρησης, ενισχύει τις τάσεις παγκοσμιοποίησης και προωθεί το συντονισμό έρευνας, παραγωγής και ανάπτυξης σε όλο τον κόσμο. Η προηγμένη τηλεπικοινωνία καθιστά δυνατή την οικονομική

¹³ Acs, Zoltan J., "Small and Medium-Sized Enterprises, Technology and Globalization: Introduction to a Special Issue on Small and Medium-Sized Enterprises in the Global Economy" *Small Business Economics* 9: 1-6, 1997, Netherlands: Kluwer Academic Publishers.

συναλλαγή καθ' όλη τη διάρκεια του εικοσιτετραώρου, με αποτέλεσμα να αυξάνεται το μέγεθος συνεργασίας και να ισχυροποιείται η σημασία της συνεχόμενης ανταλλαγής παραγωγικών πόρων μεταξύ εταιριών, βιομηχανιών και χωρών. Η υιοθέτηση πολιτικών προσανατολισμένων στις σύγχρονες ανάγκες των αγορών τόσο σε εθνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο αποκτά ρόλο ιδιαίτερης σημασίας που υπαγορεύεται μέσω της ανάπτυξης των παγκόσμιων αγορών και της ενίσχυσης του ανταγωνισμού. Η σύγχρονη τεχνολογία έχει συντελέσει στη μείωση του κόστους απόκτησης πληροφοριών, παρέχοντας έτσι τη δυνατότητα ενεργής συμμετοχής στην παγκόσμια οικονομία. Οι κυβερνήσεις των κρατών οφείλουν να αντιληφθούν τις ανερχόμενες εξελίξεις στο χώρο της οικονομίας και να κινητοποιηθούν με αποτελεσματικό και δραστικό τρόπο. Πολιτικές αποκλεισμού από τη συμμετοχή στη νέα παγκοσμιοποιημένη οικονομία και εισαγωγή εμποδίων στο διεθνές εμπόριο και τις επενδύσεις στερούν από τις χώρες τη δυνατότητα συμμετοχής στην παγκόσμια ευημερία. Το νέο οικονομικό περιβάλλον που σχηματίζεται σε συνδυασμό με τον έντονο διεθνή ανταγωνισμό, ωθούν τους επιχειρηματίες στη συνεχόμενη χρήση καινοτομιών και αναβάθμιση της ποιότητας των παρεχόμενων προϊόντων και υπηρεσιών τους. Παράλληλα όμως, πολλές ΜΜΕ αντιμετωπίζουν αδυναμία στην απόκτηση του εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού προσωπικού και της απαραίτητης τεχνολογίας. Έτσι, κρίνεται αναγκαία η δημιουργία ευέλικτων αλληλοεξαρτώμενων σχέσεων μεταξύ ιδιωτών, εταιρειών και κυβερνήσεων που θα συντελέσουν στη μεγιστοποίηση της κοινωνικής και οικονομικής αποτελεσματικότητας.

Η κοινή λογική υπαγόρευε μέχρι και πριν από μερικά χρόνια, την απόκτηση καινοτόμου τεχνολογίας και τη πραγματοποίηση εκτός συνόρων οικονομικών δραστηριοτήτων και ΑΞΕ να πραγματοποιείται κυρίως μόνο από πολυεθνικές επιχειρήσεις, λόγω των οικονομικών κλίμακας και της καταβολής μεγάλων κονδυλίων για έρευνα και ανάπτυξη. Επομένως, η ισχυρή τάση της παγκοσμιοποίησης καλλιέργησε έντονες υποψίες για παρακμή και απαξίωση του κλάδου των ΜΜΕ, που θα αδυνατούσε να ανταγωνιστεί τις μεγάλες οικονομίες κλίμακας των πολυεθνικών επιχειρήσεων. Όπως όμως απέδειξε η εμπειρία, οι παραπάνω υποψίες διαψεύστηκαν, αφού παρέβλεπαν την ουσιαστική συνέργια μικρών και μεγάλων επιχειρήσεων, τον ισχυρό δεσμό των ΜΜΕ με την οικονομία της περιφέρειας, τον ενεργό ρόλο τους στις μεταβολές της τεχνολογίας και στη δημιουργία καινοτομίας καθώς και τη σημασία τους στην πρόοδο και την εξέλιξη της περιφερειακής βιομηχανίας¹⁴. Έτσι, οι ΜΜΕ κατορθώνουν όχι μόνο να αναπτύσσονται γοργά σε εθνικό επίπεδο, αλλά παράλληλα να εδραιώνουν τη διεθνή παρουσία τους, κατευθύνοντας τις δραστηριότητες τους κυρίως στο εξωτερικό εμπόριο, την απόκτηση τεχνολογίας και τις άμεσες ξένες επενδύσεις. Οι ευκαιρίες και οι προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ ως εξαγωγείς τοπικών προϊόντων σε ξένες αγορές είναι γνωστές, καλά εδραιωμένες και αποφέρουν πολλαπλά οφέλη. Η συγχώνευση ΜΜΕ και πολυεθνικών επιχειρήσεων συμβαίνει πολλές φορές με έμφαση στη μεταφορά τεχνολογίας από τη μητρική πολυεθνική στη θυγατρική ΜΜΕ. Η πραγματοποίηση επενδύσεων από τις ΜΜΕ και η σύνδεση τους γενικά με την ξένη άμεση επένδυση, αποτελεί θέμα προς συζήτηση. Οι ΜΜΕ εμφανίζονται στη διεθνή οικονομική σκηνή ως πολυεθνικές είτε μέσω ιδίων επενδύσεων, είτε μέσω σχηματισμού συμμαχιών με άλλες πολυεθνικές επιχειρήσεις. Τα εύλογα ερωτήματα που προκύπτουν από το παραπάνω είναι γιατί αναζητούν την

¹⁴ Acs, Zoltan J., "Small and Medium-Sized Enterprises, Technology and Globalization: Introduction to a Special Issue on Small and Medium-Sized Enterprises in the Global Economy" Small Business Economics 9: 1-6, 1997, Netherlands: Kluwer Academic Publishers.

δραστηριοποίηση τους στο εξωτερικό, πώς την πραγματοποιούν και ποιες είναι οι συνέπειες των ενεργειών τους αυτών.

Εξετάζοντας την τεχνολογική υποδομή των ΜΜΕ, παρατηρούμε το εξής αξιοσημείωτο: ενώ οι ΜΜΕ δαπανούν μικρότερα ποσά για Έρευνα και Ανάπτυξη απ' ό τι οι μεγάλες εταιρίες, παράγουν σχεδόν διπλάσιο αριθμό καινοτομιών ανά εργαζόμενο. Το γεγονός αυτό δημιουργεί δύο ερωτήματα: α) Γιατί να συμβαίνει αυτό αρχικά στις ΜΜΕ; και β) Πώς εξηγείται η αυξημένη καινοτομική δραστηριότητα των ΜΜΕ τη στιγμή που δαπανούν λιγότερα για Έρευνα και Ανάπτυξη απ' ό τι οι μεγάλες εταιρίες¹⁵; Το γεγονός ότι οι ΜΜΕ υπερτερούν στον τομέα της καινοτομίας είναι δυνατό να εξηγηθεί μέσω της προστασίας των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας των ευρεσιτεχνιών. Τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας των καινοτόμων ατόμων μέσα στα πλαίσια ενός οργανισμού ή μιας επιχείρησης είναι περιορισμένα έως ελάχιστα, αφού οποιαδήποτε καινοτόμα διαδικασία ή προϊόν που θα προκύψει ανήκει στην εταιρεία και όχι στο άτομο που το ευφύρε. Η απουσία λοιπόν ξεκάθαρων ιδιοκτησιακών πνευματικών δικαιωμάτων σε θέματα καινοτομιών στις μεγάλες εταιρίες, μειώνει τη δημιουργικότητα και φαντασία του εργαζομένου. Αντίθετα, οι ανεξάρτητοι επιχειρηματίες των ΜΜΕ, που διατηρούν πλήρη δικαιώματα ιδιοκτησίας, διακατέχονται από έντονη διάθεση για εύρεση νέων πιο αποτελεσματικών τρόπων παραγωγής και διάθεσης των προϊόντων τους, με αποτέλεσμα να επιδιώκουν συνέχεια την δραστηριοποίηση τους μέσω της καινοτομίας. Η χρήση καινοτομιών στο σχεδιασμό, την παραγωγή και την προώθηση διευκολύνουν την πρόσβαση των ΜΜΕ στη διεθνή αγορά, καθιστώντας τα προϊόντα τους ανταγωνιστικά στα πλαίσια της παγκοσμιοποιημένης οικονομίας και τις υπηρεσίες τους πιο ελκυστικές στο ευρύτερο καταναλωτικό κοινό. Παρόλο που η διάδοση των καινοτομιών από τις ΜΜΕ διαδραματίζει πρωταρχικό ρόλο στην παγκόσμια ευημερία, είναι γεγονός ότι αυτές δραστηριοποιούνται σε πολύ μικρό βαθμό στο εξωτερικό. Ένας από τους παράγοντες εξηγεί το παραπάνω, είναι τα εμπόδια εισόδου, που περιορίζουν την εξάπλωση των ΜΜΕ σε αγορές του εξωτερικού και παρατηρούνται σε εξαιρετικά μεγάλο βαθμό συγκριτικά με τις επιχειρήσεις μεγαλύτερου μεγέθους. Ένας άλλος παράγοντας εντοπίζεται στον περιορισμένο όγκο των πόρων που διαθέτουν οι ΜΜΕ για να προστατέψουν τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας των ευρεσιτεχνιών τους. Έτσι, οι ΜΜΕ προκειμένου να επενδύσουν στο εξωτερικό και να εισχωρήσουν στο διεθνές οικονομικό περιβάλλον αναζητούν τις συμμαχίες με τις πολυεθνικές επιχειρήσεις.

➤ *Συμμετοχή των ΜΜΕ σε διεθνείς συμμαχίες και δίκτυα.*

Το πρόσφατο κύμα παγκόσμιας αναδιάρθρωσης της βιομηχανίας, σε συνδυασμό με τις τεχνολογικές εξελίξεις, έχει συμβάλει ουσιαστικά στη γρήγορη ανάπτυξη διασυννοριακών στρατηγικών συμμαχιών, συγχωνεύσεων, εξαγορών και δικτύωσης μεταξύ των επιχειρήσεων. Έχουν εμφανιστεί διάφοροι τύποι συμμαχιών ΜΜΕ με πολυεθνικές επιχειρήσεις, οι κυριότεροι των οποίων εντοπίζονται στους παρακάτω:

- ✓ Εταίροι σε διεθνείς στρατηγικές συμμαχίες.

¹⁵ Acs, Zoltan J., 1997

- ✓ Μέτοχοι σε διασυνοριακές συγχωνεύσεις ή εξαγορές,
- ✓ Ειδικευμένοι προμηθευτές πολυεθνικών εταιριών,
- ✓ Μέλη άτυπων παγκοσμιοποιημένων δικτύων
- ✓ Μέτοχοι σε ηλεκτρονικά δίκτυα.¹⁶

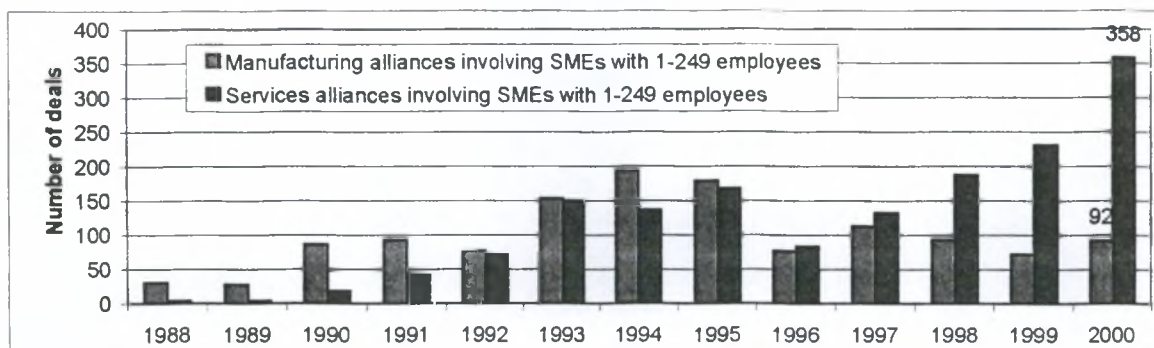
Η δημιουργία συστάδων επιχειρήσεων, που αναφέρεται κυρίως στη συγκέντρωση επιχειρήσεων στο ίδιο γεωγραφικό χώρο που δραστηριοποιούνται σε σχετικούς τομείς, ενθαρρύνει τη διαδικασία παγκοσμιοποίησης των ΜΜΕ, παρέχοντας τους ευκαιρία για ισότιμο ανταγωνισμό με τις μεγαλύτερες εταιρίες. Οι ραγδαίες εξελίξεις στη τεχνολογία και τις προτιμήσεις των πελατών σε συνδυασμό με τη μικρότερη διάρκεια ζωής των προϊόντων, ωθούν τις μεγάλες επιχειρήσεις στο σχηματισμό συμμαχιών με ΜΜΕ, οι οποίες μπορούν να συμβάλλουν στην κάλυψη συγκεκριμένων αναγκών. Τα οφέλη βέβαια για τις ΜΜΕ, που προκύπτουν από τις συμμαχίες αυτές, είναι πολλαπλά. Αρχικά, αποκτούν πρόσβαση σε μεγαλύτερες αγορές και κανάλια διανομής και ενισχύοντας τη διεθνή παρουσία τους, αποκτούν νέα διοίκηση, συγκεντρώνουν κεφάλαια για νέες επενδύσεις και αναβαθμίζουν την ποιότητα των αγαθών και υπηρεσιών τους. Επίσης, μέσω του έντονου βαθμού αλληλεξάρτησης που δημιουργείται με τους οίκους του εξωτερικού, οι ΜΜΕ αποκτούν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα, που αντικατοπτρίζονται μέσω της αύξησης της παραγωγικότητας, του αποτελεσματικότερου καταμερισμού της εργασίας και του κοινού σχεδιασμού προϊόντων και μάρκετινγκ.

Το παρακάτω σχήμα παρουσιάζει την πορεία αυτών των διασυνοριακών συμμαχιών κατά την περίοδο 1988-2000. Έρευνα που έγινε το 2001 σε πάνω από 7600 ευρωπαϊκές επιχειρήσεις απέκλυσε ότι το ένα τρίτο περίπου όλων των ΜΜΕ ανέφεραν αυξανόμενο αριθμό διεθνών επιχειρηματικών επαφών στη διάρκεια των τελευταίων πέντε ετών, που κυμαίνονται από 30 % για τις πολύ μικρές επιχειρήσεις μέχρι 50% για τις μεσαίες.¹⁷

¹⁶ ΟΟΣΑ, 2004, σελ. 65.

¹⁷ Πηγή: Παρατηρητήριο Ευρωπαϊκών ΜΜΕ, 2000/ Αρ. 1, " Highlights from the 2001 Survey", όπως αναφέρει ο ΟΟΣΑ, 2004, σελ. 66.

Διασυννοριακές συμμαχίες στις οποίες μετέχουν ΜΜΕ, 1988-2000



Πηγή: ΟΟΣΑ, και Sakai 2000

Συγκεκριμένα οι Gomes- Casseres και Kohn σε μία έρευνα τους παρατήρησαν ότι οι ΜΜΕ ακολουθούν κυρίως δύο διαφορετικές μορφές προσέγγισης και σχηματισμού συμμαχιών, ανάλογα με το μέγεθος τους. Επιχειρήσεις που είναι σχετικά μικρού μεγέθους και αδύναμες να αντεπεξέλθουν στο διεθνή ανταγωνισμό και στις σύγχρονες απαιτήσεις της παγκοσμιοποιημένης αγοράς, επιδιώκουν κατά κύριο λόγο συμμαχίες με πολυεθνικές επιχειρήσεις, ώστε να επιτύχουν μεγαλύτερες οικονομίες κλίμακας και ευνοϊκότερους όρους ανταγωνισμού. Επίσης, οι ίδιες τείνουν να επενδύουν σε μικρής ηλικίας βιομηχανίες, πάρα στις πιο ώριμες. Οι επιχειρήσεις μεγαλύτερου μεγέθους προτιμούν, όσο αφορά τη δυναμικότερη παρουσία τους στο νέο περιβάλλον της διεθνοποίησης, να στηρίζονται στις εσωτερικές ικανότητες τους προκειμένου να εξαπλωθούν¹⁸. Ταυτόχρονα, οι παραπάνω ερευνητές επισημαίνουν δύο λόγους αναζήτησης συμμαχιών από τις ΜΜΕ αναφορικά με τη μεταφορά τεχνολογίας: 1) τη σχετική αδυναμία κατάλληλης διαχείρισης της μεταφοράς της τεχνολογίας, ιδιαίτερα όταν εμφανιστούν προβλήματα και 2) την αντιμετώπιση μεγαλύτερου κόστους μεταφοράς της τεχνολογίας απ' ότι οι πολυεθνικές, εξαιτίας των περιορισμένων πόρων που διαθέτουν για έρευνα, διαπραγμάτευση και επίβλεψη.

Οι διάφορες τεχνολογικές και διαρθρωτικές αλλαγές που παρατηρούνται την τελευταία δεκαετία, αποτελούν κίνητρα συμμετοχής των ΜΜΕ στην παγκόσμια οικονομία. Ιδιαίτερα οι εξελίξεις στον τομέα των τεχνολογιών, της πληροφορικής και των επικοινωνιών καθώς και η άμεση και ευκολότερη πρόσβαση στο διαδίκτυο προωθούν τη διασυννοριακή δραστηριότητα των ΜΜΕ, την πρόσβαση τους σε παγκόσμιες αγορές και τη διεθνοποίηση τους γενικά.

¹⁸ Acs, Zoltan J., "Small and Medium-Sized Enterprises, Technology and Globalization: Introduction to a Special Issue on Small and Medium-Sized Enterprises in the Global Economy", Small Business Economics 9: 1-6, 1997, Netherlands: Kluwer Academic Publishers.

Ένας άλλος ερευνητής, ο Arent Greve, σε μία μελέτη του με θέμα το σχηματισμό δικτύων και την επιχειρηματικότητα των ΜΜΕ επισήμανε ως βασικό παράγοντα ίδρυσης μίας βιώσιμης επιχείρησης, την ικανότητα των επιχειρηματιών να εισχωρούν σε δίκτυα ομάδων επιχειρήσεων και να πραγματοποιούν καλές δημόσιες σχέσεις. Οι κινήσεις αυτές λειτουργούν κατά κάποιο τρόπο ως “κινήτήριοι- συμπληρωματικοί πόροι επιχειρηματικότητας”¹⁹. Σύμφωνα με την έρευνα, παρόλο που δεν είναι γνωστό το χρονικό διάστημα που απαιτείται ώστε μία επιχείρηση να επηρεαστεί από τις δομές και τη λειτουργική διαδικασία των δικτύων, είναι γεγονός ότι η αδυναμία επιχειρηματιών να συντονιστούν και να συμβαδίζουν σύμφωνα με αυτά αποτελεί κυρίαρχο παράγοντα αποτυχίας πολλών επιχειρήσεων. Επίσης, ο ερευνητής συγκρίνοντας τον τρόπο δράσης και λειτουργίας των ώριμων επιχειρηματιών σε σχέση με τους νεοεισερχόμενους παρατηρεί ότι οι ώριμοι επιχειρηματίες προτιμούν:

- ✓ να συμμετέχουν σε συμμαχίες και δίκτυα επιχειρήσεων όπου δεν υπάρχουν πολύ στενές επαφές μεταξύ τους, καθυστερώντας έτσι την απομίμηση των καινοτομικών ή βασικών ιδεών τους από τους ανταγωνιστές τους,
- ✓ να σχηματίζουν σφικτές δημόσιες σχέσεις με άτομα και οργανωτικούς φορείς που σχετίζονται άμεσα με τις επιχειρηματικές δραστηριότητές τους και
- ✓ να τοποθετούν ειδικευμένο και καλά καταρτισμένο ανθρώπινο δυναμικό σε διοικητικές θέσεις.

Η συγκεκριμένη έρευνα λοιπόν, επισημαίνει ως βασικούς παράγοντες εύρυθμης λειτουργίας και εξέλιξης των ΜΜΕ, τη συμμετοχή τους σε δίκτυα και συμμαχίες επιχειρήσεων και την ανάπτυξη βιώσιμων και αξιόπιστων επιχειρηματικών σχέσεων.

¹⁹ Arent Greve, “**Networks and Entrepreneurship- an analysis of social relations, occupational background and use of contacts during the establishment process**”, 1995. Great Britain: Elsevier Science Ltd.

➤ *Ρόλος των Άμεσων Ξένων Επενδύσεων Στα Πλαίσια της Νέας Παγκοσμιοποιημένης Οικονομίας.*

Στα πλαίσια της παγκοσμιοποίησης, η ικανότητα των εθνικών οικονομιών να προσαρμόσουν και να διατηρήσουν την ανταγωνιστικότητά τους στα νέα δεδομένα εξετάζεται περισσότερο από ποτέ άλλοτε. Οι ρυθμοί ανάπτυξης μεταξύ των αναπτυγμένων και αναπτυσσόμενων χωρών μπορεί να διαφέρουν κατά πολύ, αλλά οι συνεχόμενες τεχνολογικές αλλαγές, η εξάπλωση και ενοποίηση των αγορών και η αυξανόμενη ζήτηση για ποιοτική και σύγχρονη γνώση προσφέρουν νέες ευκαιρίες για περιφερειακή ανάπτυξη όλων των αναπτυσσόμενων χωρών. Η δημιουργία επομένως "φύλικού" επιχειρηματικού περιβάλλοντος για αύξηση της παραγωγικότητας και των επενδύσεων, αποτελεί επιτακτική ανάγκη για τις παραπάνω χώρες. Οι ΑΞΕ αποτελούν σημαντικό μέσο για την παγκοσμιοποίηση των ΜΜΕ, αλλά ταυτόχρονα και σημαντικό παράγοντα ανάπτυξης της εγχώριας οικονομίας.

Οι ιδιαίτερες πολιτικές, κοινωνικές και γεωγραφικές καταστάσεις που συνθέτουν τη γενική εικόνα μιας χώρας, αποτελούν τους λόγους για τους οποίους η χώρα αυτή γίνεται ελκυστική ή όχι για πραγματοποίηση ΑΞΕ. Είναι γεγονός, ότι η παραγωγή και διάθεση προϊόντων και υπηρεσιών σε μία ξένη χώρα δημιουργεί πρόσθετα έσοδα, που προκύπτουν από την ανάγκη για έρευνα και εκπαίδευση εξειδικευμένου προσωπικού, την αντιμετώπιση εμποδίων που αφορούν τη γλώσσα και την κουλτούρα, την ύπαρξη αυξημένων εξόδων για μεταφορά και συλλογή πληροφοριών. Υπάρχουν όμως και διάφορα κίνητρα, που εξάπτουν το ενδιαφέρον διάφορων οίκων του εξωτερικού για επένδυση σε μία άλλη χώρα, μερικά των οποίων είναι τα εξής:

- Η αναζήτηση εκ μέρους των επιχειρήσεων νέων πλουτοπαραγωγικών πόρων, που θα προκαλέσουν τη διαφοροποίηση και βελτίωση της παραγωγικής τους διαδικασίας.
- Η εγκατάσταση και εξάπλωση τους σε νέες αγορές, με σκοπό από τη μία πλευρά την τροφοδότηση αυτών όχι μόνο με προϊόντα εισαγωγής, αλλά κυρίως με εγχώρια παραγωγή ή από την άλλη να καλύψουν πληρέστερα τις ανάγκες σημαντικών πελατών τους σε αγορές του εξωτερικού,
- Η εκμετάλλευση οικονομιών κλίμακας και διαφορετικών συγκριτικών ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων, που ελαττώνουν το μέγεθος των κινδύνων από την έκθεση τους σε νέες αγορές του εξωτερικού, αυξάνοντας έτσι την αποδοτικότητά τους,
- Η υιοθέτηση στρατηγικής πρώιμης εισχώρησης και εδραίωσης σε μία αναπτυσσόμενη αγορά, ώστε να αποκτήσουν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα και να μπορούν να μπλοκάρουν την είσοδο νέων επιχειρήσεων σε περιόδους αυξημένων ρυθμών ανάπτυξης.²⁰

Η πραγματοποίηση ΑΞΕ σε μία χώρα προκαλεί, αναντίρρητα, ευεργετική ώθηση στην εγχώρια οικονομία της, παρέχοντας προοπτικές για επίτευξη μεγάλων ρυθμών ανάπτυξης και μεγέθυνσης σε διάφορους τομείς της. Αρχικά, οι ΑΞΕ

²⁰Markus Taube- Mehmet Ogutcu, - "Main Issues On Foreign Investment In China's Regional Development: Prospects and Policies Challenges", OECD 2002.

συντελούν στην αύξηση του σχηματιζόμενου εγχώριου κεφαλαίου σε τέτοιο βαθμό που η χρηματοδότησή του μόνο από την εγχώρια αποταμίευση δε θα ήταν αρκετή. Επίσης, συμβάλουν, στην αύξηση της απασχόλησης, στην εισαγωγή νέων μοντέρνων μεθόδων παραγωγής και μάνατζμεντ και στην εκπαίδευση εξειδικευμένου προσωπικού στη νέα γνώση. Αποτελούν φορείς νέων τεχνολογικών μεθόδων, τις οποίες και μεταφέρουν στην καινούργια χώρα που δραστηριοποιούνται και παράλληλα δίνουν ώθηση και στις εξαγωγικές δραστηριότητες της εγχώριας βιομηχανίας.

Η προσέλκυση άμεσων ξένων επενδύσεων αποτελεί κύριο μέλημα της κυβερνητικής πολιτικής κάθε χώρας που επιθυμεί να συμμετέχει ενεργά στο νέο παγκοσμιοποιημένο οικονομικό περιβάλλον. Και αυτό γιατί, φαίνεται να υπάρχει μία πιθανή αιτιώδης σχέση μεταξύ περιφερειακής ανάπτυξης και προσέλκυσης ΑΞΕ. Οι ΑΞΕ αποτελούν παράγοντα εξάπλωσης της βιομηχανίας και γενικής οικονομικής ανάπτυξης, που με τη σειρά της προκαλεί την είσοδο ακόμη περισσότερων ΑΞΕ και μεγαλύτερο ρυθμό μεγέθυνσης. Οι παράγοντες που καθιστούν το οικονομικό περιβάλλον της χώρας υποδοχής ελκυστικό για την πραγματοποίηση κάθε τύπου ΑΞΕ, ποικίλουν. Η συνεπής οικονομική πολιτική που επιτρέπει μακροπρόθεσμο σχεδιασμό, η μείωση διάφορων γραφειοκρατικών και θεσμικών εμποδίων, η επάρκεια οικονομικών, τηλεπικοινωνιακών και μεταφορικών υπηρεσιών, η ευελιξία και δυνατότητα των εγχώριων ΜΜΕ να παρέχουν συμπληρωματικές επιχειρηματικές δραστηριότητες αποτελούν μερικούς από τους παράγοντες που συνθέτουν ένα ελκυστικό και ανταγωνιστικό πλαίσιο εγχώριας οικονομίας, ικανό να δεχτεί και να αξιοποιήσει αποτελεσματικά διάφορες μορφές ΑΞΕ. Ανάμεσα σ' αυτούς πρέπει να συμπεριληφθούν ακόμα, ο βαθμός ευκολίας εισόδου των πολυεθνικών επιχειρήσεων στις εγχώριες αγορές, το κόστος της ανειδίκευτης εργασίας, οι πιθανοί φυσικοί πλουτοπαραγωγικοί πόροι της χώρας υποδοχής και σαφώς η δυνατότητα εύκολης πρόσβασης και συνεργασίας με την ενιαία διεθνοποιημένη αγορά. Τελευταίος, αλλά καθ' όλα σημαντικός παράγοντας προσέλκυσης ΑΞΕ, είναι το μέγεθος και οι προοπτικές ανάπτυξης της υποψήφιας επενδυόμενης περιοχής. Τα ακαθάριστο εγχώριο προϊόν και το κατά κεφαλήν εισόδημα, αν και δε συνθέτουν την πλήρη εικόνα της χώρας υποδοχής, αποτελούν σημαντικούς προσδιοριστικούς παράγοντες αξιολόγησης της μελλοντικής ζήτησης της περιοχής.

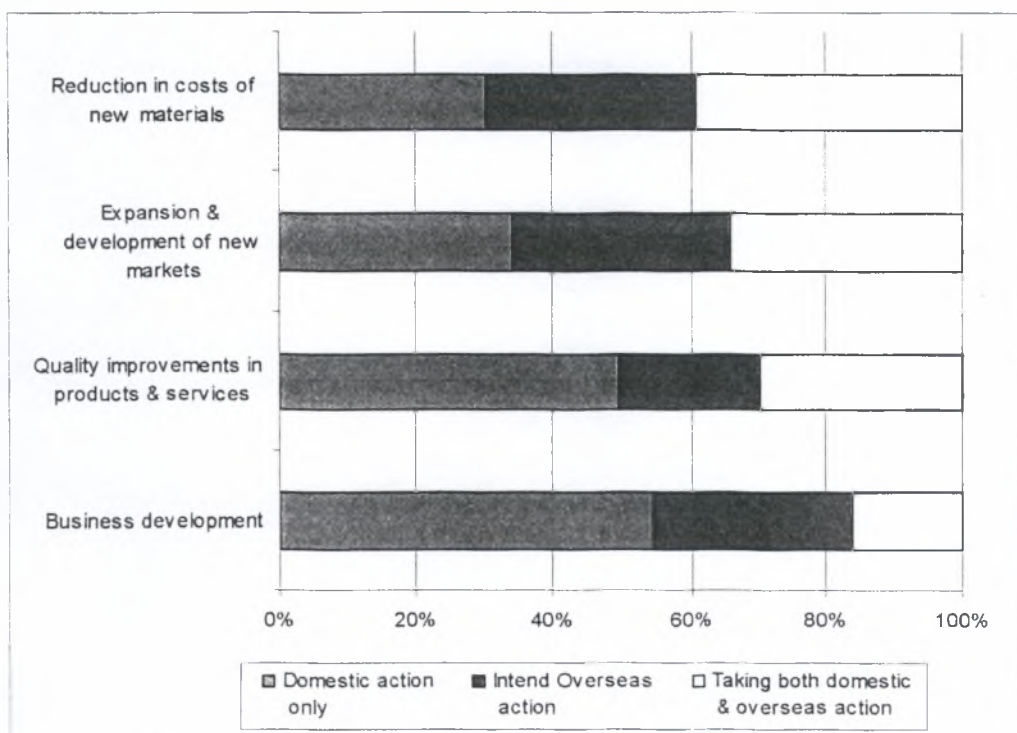
Προκειμένου, επομένως, μία χώρα να εναρμονιστεί με τη γενική τάση παγκοσμιοποίησης των οικονομιών όλων των χωρών, είναι αναγκαίο να αποκτήσει τις κατάλληλες οργανωτικές, νομικές και θεσμικές δομές. Όσο αφορά τον τομέα των άμεσων ξένων επενδύσεων και τη μεγαλύτερη δυνατή αξιοποίηση τους, προτείνεται η άμεση δημιουργία ειδικών βιομηχανικών πάρκων και οικονομικών ζωνών. Στα πλαίσια αυτών, οι ξένες πολυεθνικές επιχειρήσεις που πραγματοποιούν τις ΑΞΕ θα κάνουν χρήση πιο οργανωμένων εγκαταστάσεων υποδομής και θα εντάσσονται σ' ένα καλύτερο ρυθμιστικό περιβάλλον, απολαμβάνοντας ειδικές φορολογικές ρυθμίσεις και ένα σχετικά πιο ελεύθερο καθεστώς διεθνούς εμπορίου.²¹

²¹ Markus Taube- Mehmet Ogutcu, OECD, 2002.

➤ *Οι Άμεσες Ξένες Επενδύσεις Στον Κλάδο των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων.*

Οι ΑΞΕ αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της προσπάθειας των ΜΜΕ για ένταξη τους στο σύγχρονο διεθνοποιημένο οικονομικό περιβάλλον. Αν και αποτελεί πολυσήμαντη δραστηριότητα, απαιτεί πολύ προσοχή, αυξημένη εγρήγορση και καλή οργάνωση εκ μέρους των διοικήσεων των ΜΜΕ, προκειμένου να επιτύχουν τα επιθυμητά αποτελέσματα. Η κατάλληλη έρευνα και προετοιμασία προτού προβούν σε οποιαδήποτε επενδυτική δραστηριότητα στο εξωτερικό, κρίνεται αναγκαία. Αν και η απόφαση των ΜΜΕ να επεκταθούν στο εξωτερικό μπορεί να συμβαίνει για την επίτευξη πολλαπλών στόχων, υπάρχουν ελάχιστα στατιστικά στοιχεία για το βαθμό που πραγματοποιούνται οι στόχοι αυτοί.

Σε μία έρευνα του ΟΟΣΑ, που αφορά τις ΑΞΕ που πραγματοποιήθηκαν από ιαπωνικές ΜΜΕ, φαίνεται ότι τα πραγματικά αποτελέσματα σε ότι αφορά τους δύο βασικούς στόχους που οδηγούν στην απόφαση για επένδυση (μείωση κόστους και επέκταση και ανάπτυξη σε νέες αγορές) δεν ανταποκρίνονται στις προσδοκίες τους και ότι μόνο το ένα τρίτο των περίπου των επιχειρήσεων καταφέρνει να αναπτύξει τη δραστηριότητά του σε νέες αγορές. Από την άλλη πλευρά, οι προσδοκίες σχετικά με τους λιγότερο σημαντικούς στόχους, όπως η αναζήτηση εργατικού δυναμικού και νέων υλικών, ικανοποιήθηκαν.²²



Πηγή: JASMEC, Επέκταση δραστηριότητας ΜΜΕ στο εξωτερικό (Μάρτιος 2001).

²² ΟΟΣΑ, 2004, σελ. 69- 70.

Η κάμψη των πωλήσεων ήταν ο κύριος παράγοντας που οδήγησε τις ιαπωνικές ΜΜΕ να αποχωρήσουν από τις ξένες αγορές, σε συνδυασμό με τα διάφορα προβλήματα με τους συνεταίρους στη χώρα υποδοχής, ή τις αλλαγές που συνέβησαν στο τοπικό επιχειρηματικό περιβάλλον.

3.3 Εμπόδια και δυσκολίες πρόσβασης των ΜΜΕ στις αγορές του εξωτερικού.

Παρόλα τα στοιχεία που θέλουν τις καινοτόμες ΜΜΕ να αποτελούν εκείνη τη δύναμη ώθησης που οδηγεί στην περαιτέρω οικονομική ανάπτυξη των εγχώριων οικονομιών, λίγες ενέργειες έχουν καταγραφεί ως προς την ύπαρξη συντονισμένης οικονομικής και κοινωνικής πολιτικής με κοινή κατεύθυνση την ενθάρρυνση δημιουργίας νέων ή την ανάπτυξη των υφιστάμενων ΜΜΕ. Είναι γεγονός ότι οι ΜΜΕ έρχονται αντιμέτωπες με ένα κάθε άλλο παρά "φίλικό" επιχειρηματικό περιβάλλον στην προσπάθειά τους να δραστηριοποιηθούν, εκτός από τις εγχώριες, και σε ξένες αγορές.

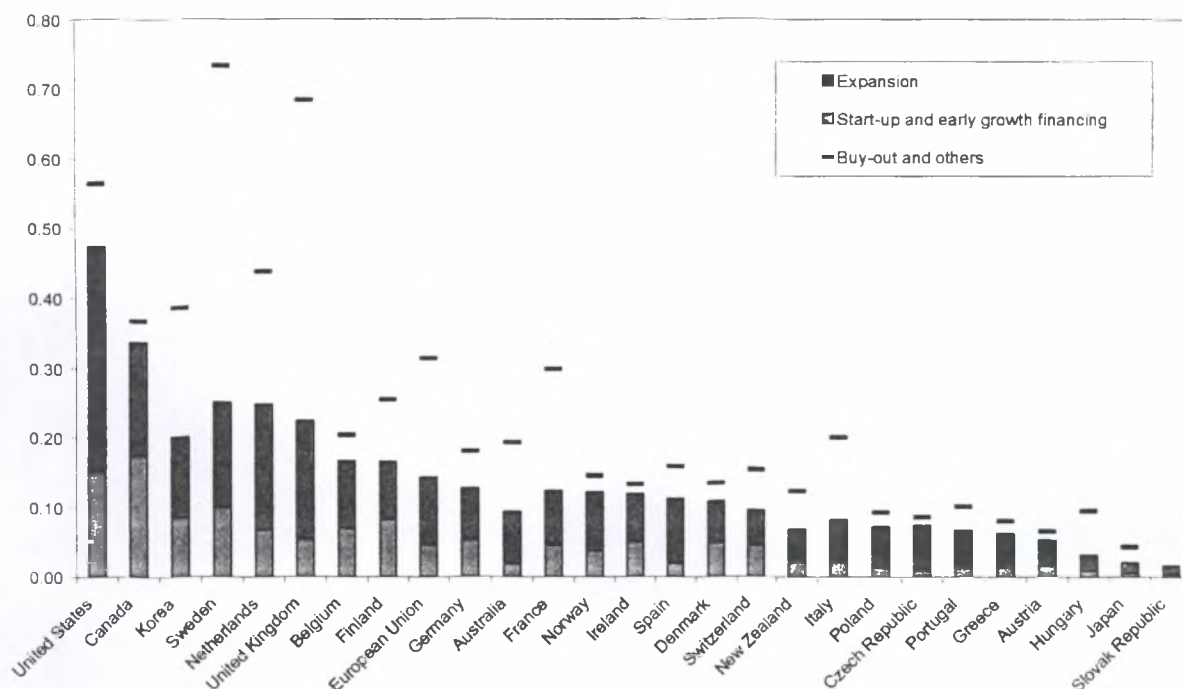
Το υπάρχον ελληνικό επιχειρηματικό περιβάλλον το συνθέτουν διοικητικά, γραφειοκρατικά και νομικά εμπόδια, που καταστέλλουν τη δημιουργικότητα και την καινοτομική και επενδυτική διάθεση των ΜΜΕ. Η έλλειψη σωστής ενημέρωσης για τις καινούργιες νομοθετικές και φορολογικές ρυθμίσεις, προκαλεί αρνητικές εξωτερικές οικονομίες στη λειτουργία των ΜΜΕ, όπως άσκοπες δαπάνες συμμόρφωσης και πιθανό αποκλεισμό τους από διάφορες πηγές χρηματοδότησης²³. Οι ΜΜΕ είναι γεγονός ότι έρχονται αντιμέτωπες με δυσανάλογης έντασης προβλήματα σε σχέση με τις μεγάλου μεγέθους επιχειρήσεις, οι οποίες και καταλαμβάνουν κυρίαρχη θέση στην αγορά. Είναι περισσότερο ευπρόσβλητες στις ποικίλες επιβαρύνσεις που επιβάλλονται από τις κρατικές κανονιστικές ρυθμίσεις που αφορούν την υγεία, τις ασφαλιστικές δαπάνες και τη φορολογία. Στην προσπάθεια τους να επεκταθούν στο εξωτερικό και να ανανεώσουν την τεχνολογική υποδομή τους, δυσκολεύονται να βρουν επαρκείς πηγές χρηματοδότησης. Περιορισμένη κρατική ενίσχυση ίσως απαιτείται στις περιπτώσεις όπου ιδιωτικές χρηματοπιστωτικές αγορές, που μπορούν να προσφέρουν επιχειρηματικό κεφάλαιο σε ΜΜΕ οι οποίες θέλουν να αναπτυχθούν, δεν έχουν ακόμη εδραιωθεί. Π.χ., ακόμη και η καλά αναπτυγμένη αγορά επιχειρηματικών κεφαλαίων στις Ηνωμένες Πολιτείες, χρηματοδοτείται εδώ και χρόνια από ομοσπονδιακά κονδύλια. Αν υπάρξει τέτοια ενίσχυση, αυτή πρέπει να στοχεύει τα πρώτα στάδια ανάπτυξης των ΜΜΕ, όταν οι δυσκολίες εξεύρεσης χρηματοδότησης είναι πολύ πιο έντονες. Η διαχείριση της πρέπει επίσης να γίνεται από τον ιδιωτικό τομέα και να αντισταθμίζει τις ιδιωτικές πηγές χρηματοδότησης. Η εμπειρία πολλών χωρών όπου λειτουργούν εταιρίες επενδύσεων σε μικρές επιχειρήσεις, θα μπορούσε να αποδειχθεί χρήσιμη²⁴.

Το παρακάτω σχήμα δείχνει ότι η Ελλάδα κατέχει μία από τις χαμηλότερες θέσεις παγκοσμίως, όσο αφορά τις επενδύσεις επιχειρηματικού κεφαλαίου ως ποσοστό του ΑΕΠ κατά τη χρονική περίοδο 1999-2002.

²³ OECD- "Entrepreneurship and Enterprise Development in the Former Yugoslav Republic of Macedonia", July 2001.

²⁴ ΟΟΣΑ, 2004, σελ.28.

Σχήμα 2. Επενδύσεις επιχειρηματικού κεφαλαίου, 1999-2002
Ποσοστό του ΑΕΠ



Σημείωση: 1998-2001 για την Αυστραλία, την Ιαπωνία, την Κορέα και τη Νέα Ζηλανδία. Ο ορισμός ιδιωτικού κεφαλαίου / επιχειρηματικού κεφαλαίου τείνει να διαφέρει από χώρα σε χώρα.

Πηγή: Βάση δεδομένων ΟΟΣΑ για το επιχειρηματικό κεφάλαιο, 2003.

Επίσης, η προστασία των δικαιωμάτων της πνευματικής ιδιοκτησίας αποτελεί βασικό θέμα των ΜΜΕ που επιθυμούν να δραστηριοποιηθούν σε αγορές του εξωτερικού. Η κατοχύρωση των ευρεσιτεχνιών, των εμπορικών σημάτων και βιομηχανικών σχεδίων είναι ιδιαίτερα σημαντική για την εξέλιξη των καινοτόμων επιχειρηματιών. Ένα σύστημα πνευματικής ιδιοκτησίας, το οποίο είναι αναποτελεσματικό, μη προσιτό ή ακατάλληλο για τις ΜΜΕ, μπορεί να αποτελέσει σοβαρό εμπόδιο και κώλυμα για μια ΜΜΕ στην προσπάθεια παγκοσμιοποίησης²⁵. Τα γνωστικά εφόδια, η ποιότητα του ανθρώπινου δυναμικού, η αναβάθμιση των εξειδικευμένων γνώσεων και δεξιοτήτων του αλλά και η ικανότητά του να προσαρμόζεται στις διαρκώς μεταβαλλόμενες συνθήκες της παγκόσμιας οικονομίας, συνιστούν βασικά στοιχεία της ανταγωνιστικότητας και της ανάπτυξης των ΜΜΕ. τα οποία όμως παρουσιάζονται με μεγάλο βαθμό υστέρησης στις περισσότερες αναπτυσσόμενες χώρες, αποτελώντας ακόμη ένα εμπόδιο εξέλιξης των λειτουργιών των μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεων.

Ακόμη, πολλά είναι τα εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ και εμφανίζονται σε επίπεδο εθνικής οικονομίας, θεσμών και γενικής υποδομής. Πολλές χώρες αδυνατούν να εκμεταλλευτούν τα ερευνητικά αποτελέσματα που προέρχονται

²⁵ ΟΟΣΑ, 2004, σελ. 72.

από την εφαρμοσμένη έρευνα, τη δημιουργία νέας γνώσης και την εφαρμογή νέων τεχνολογιών. Αποδυναμώνουν έτσι την ανταγωνιστικότητά τους και δημιουργούν ένα δυσμενές περιβάλλον επέκτασης των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων των ΜΜΕ. Ο δείκτης παραγωγικότητας φανερώνει το επίπεδο ανταγωνιστικότητας και τη βελτίωση της ευημερίας μακροπρόθεσμα μιας χώρας. Η παραμονή του συγκεκριμένου δείκτη σε χαμηλά επίπεδα συνδέεται άμεσα με χαμηλή παραγωγικότητα και αποτελεσματικότητα και χαμηλό ποσοστό ξένων άμεσων επενδύσεων, γεγονός που μειώνει το ενδιαφέρον των ΜΜΕ για πραγματοποίηση νέων επενδύσεων τόσο στο εσωτερικό της χώρας, όσο και στο εξωτερικό. Τέλος, σοβαρά είναι τα αντικίνητρα και τα εμπόδια για τη δικτύωση των ΜΜΕ που προέρχονται από τις γεωγραφικές ανισότητες και επηρεάζουν άμεσα τον τομέα των δικτύων καινοτομίας. Ειδικότερα, παρατηρείται έλλειψη συνεργασίας μεταξύ ΜΜΕ και ελλιπής αλληλεπίδραση μεταξύ επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας, σε βάρος της αναπαραγωγής νέας γνώσης και τεχνολογίας αντίστοιχα.

Όλα τα παραπάνω αποτελούν σοβαρά εμπόδια εισόδου των ΜΜΕ στο διεθνοποιημένο οικονομικό περιβάλλον, που όχι μόνο καταστέλλουν την καινοτόμα επιχειρηματική δραστηριότητα τους, αλλά και επιβραδύνουν το ρυθμό ευημερίας και ανάπτυξης της παγκόσμιας οικονομίας. Οι ιθύνοντες χάραξης οικονομικής πολιτικής καλούνται να εξομαλύνουν τις διάφορες ανισότητες, στρεβλώσεις και κωλύματα που αποτελούν σημαντικά εμπόδια ανάπτυξης και εκπροσώπησης των ΜΜΕ στην παγκόσμια οικονομία.

3.4 Πολιτικές προώθησης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στο νέο διεθνοποιημένο περιβάλλον.

Τα τελευταία χρόνια έχουν σημειωθεί αναμφισβήτητα μεγάλες τεχνολογικές και διαρθρωτικές αλλαγές, που διευκολύνουν την πρόσβαση και ενεργή συμμετοχή των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στους κόλπους της νέας παγκοσμιοποιημένης οικονομίας. Αν και η τάση για διεθνή δραστηριότητα των ΜΜΕ φαίνεται να παρουσιάζει ανοδική πορεία, αυτές εξακολουθούν να υπό- εκπροσωπούνται στη διεθνή οικονομική σκηνή. Η πρόσβαση σε παγκόσμιες αγορές και η άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας σε διεθνές επίπεδο, συνθέτει ένα στρατηγικό μέσο περαιτέρω ανάπτυξης και ανταγωνιστικότητας πολλών επιχειρήσεων. Η διεύρυνση και σταθεροποίηση επιχειρήσεων με προοπτικές ανάπτυξης σε ξένες αγορές παράλληλα με τις εγχώριες, αποτελεί βασική επιδίωξη τους με απώτερο στόχο την πλήρη αξιοποίηση των παραγωγικών δυνατοτήτων τους και την αύξηση της αποτελεσματικότητάς τους. Πίσω όμως από τις ευκαιρίες αυτές, η παγκοσμιοποίηση είναι δυνατό να κρύβει ποικίλες προκλήσεις αλλά και απειλές για τις ΜΜΕ, αφού τις εκθέτει σε εντονότερο και πολύμορφο ανταγωνισμό διεθνούς εμβέλειας. Η υιοθέτηση επομένως, συντονισμένων πολιτικών στήριξης και προώθησης της εμπορικής δραστηριότητας εκτός εθνικών συνόρων των ΜΜΕ, αποτελεί επιτακτική ανάγκη στην εποχή μας.

Πολιτικές δημιουργίας ευνοϊκού κλίματος και ενίσχυσης των δυνατοτήτων των ΜΜΕ θα βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητά τους αποτελούν σύγχρονες στρατηγικές εθνικών προγραμμάτων ανάπτυξης διάφορων χωρών. Ο ρόλος των ΜΜΕ είναι ιδιαίτερα σημαντικός στον τομέα της απασχόλησης και της καταπολέμησης της φτώχειας. Δημόσιοι και ιδιωτικοί φορείς πρέπει να προωθούν και να υποστηρίζουν ενεργά την είσοδο, εξάπλωση και ανάπτυξη των ΜΜΕ, μέσω της στήριξης των νέο εισερχόμενων ΜΜΕ ως καταλυτικοί φορείς μείωσης της ανεργίας και κυρίως μέσω της υιοθέτησης σταθερής και αυστηρής πολιτικής δημιουργίας και ανάπτυξης ενός ανταγωνιστικού επιχειρηματικού περιβάλλοντος, που παρέχει δυνατότητες προώθησης της επιχειρηματικότητας και βελτίωσης της αποτελεσματικότητας των ΜΜΕ και του συνόλου των οικονομιών.

➤ Η Προστασία Του Ανταγωνισμού Ως Παράγοντας Ενίσχυσης Της Διεθνούς Επιχειρηματικότητας Των ΜΜΕ.

Ο ανταγωνισμός αποτελεί ίσως το ζωτικότερο παράγοντα ευημερίας και εξέλιξης των οικονομιών. Ο ανταγωνισμός είναι ο οδηγός της οικονομίας και γι' αυτό οι ρυθμίσεις που τον προστατεύουν είναι τόσο σημαντικές. Αν οι κυρίαρχες επιχειρήσεις επιτρεπόταν να εκμεταλλευτούν τη δύναμη της αγοράς και αν οι ομάδες ισχυρών επιχειρηματιών μπορούσαν να διαμορφώνουν τις τιμές των προϊόντων σύμφωνα μόνο με το δικό τους συμφέρον ή είχαν τη δυνατότητα να αποκλείσουν την είσοδο νέων επιχειρήσεων, τότε η παγκόσμια οικονομία θα υπέφερε. Λαμβάνοντας επίσης υπ' όψη ότι η βιωσιμότητα των ΜΜΕ εξαρτάται κατά πολύ από το γενικό κλίμα σταθερότητας και ανάπτυξης που χαρακτηρίζει την οικονομία, ανεξέλεγκτες συμπεριφορές αθέμιτου ανταγωνισμού που βλάπτουν τις δομές της οικονομίας, είναι σχεδόν βέβαιο ότι βλάπτουν παράλληλα και τη λειτουργία των ΜΜΕ.

Οι ΜΜΕ στην προσπάθεια τους να ενταχθούν στο νέο παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον και να ασκήσουν ενεργά στα πλαίσια αυτού ποικίλες επιχειρηματικές δραστηριότητες, , έρχονται αντιμέτωπες με τον έντονο, αλλά και πολλές φορές αθέμιτο διεθνή ανταγωνισμό. Οι ΜΜΕ αποτελούν την πιο ευάλωτη ομάδα επιχειρήσεων, αφού επηρεάζεται πιο άμεσα από τον αθέμιτο ανταγωνισμό και τον επηρεασμό των τιμών που προέρχεται από το σχηματισμό των ολιγοπωλίων. Η θέσπιση ρυθμίσεων και νόμων που προστατεύουν τον υγιή ανταγωνισμό κρίνεται απαραίτητο στοιχείο της προσπάθειας προώθησης της συμμετοχής των ΜΜΕ σε ξένες αγορές, διότι εξασφαλίζει τη διατήρηση και διαφύλαξη δύο σημαντικότερων ελευθεριών τους: την ελευθερία τους να καινοτομούν και την ελευθερία τους να ασκούν επιχειρηματικότητα ²⁶. Η επιχειρηματικότητα είναι δυνατό να εντοπιστεί και να προαχθεί κατάλληλα και αποδοτικά μόνο κάτω από συνθήκες υγιούς ανταγωνισμού. Η επιχειρηματικότητα δε πρέπει να αποτελεί μόνο βασικό ζωτικό συστατικό της οικονομικής ευημερίας, αλλά και μέσο που καλλιεργεί συγκεκριμένες ευκαιρίες. Η ευκαιρία για αναβάθμιση του βιοτικού επιπέδου και εξασφάλισης ποιοτικότερων συνθηκών διαβίωσης αποτελούν τους καρπούς σκληρής δουλειάς των ατόμων, που δικαιούνται και επιθυμούν να απολαύσουν. Αλλά κανένα άτομο που ενεργεί ορθολογικά δεν είναι διατεθειμένο να επενδύσει χρόνο και χρήμα, αν η αγορά δεν του εξασφαλίζει προστασία από ενέργειες αθέμιτου ανταγωνισμού. Η θέσπιση ειδικών ρυθμίσεων ενίσχυσης του υγιούς ανταγωνισμού στηρίζει και αναπτύσσει την επιχειρηματικότητα με το να διαβεβαιώνει τους νέους επιχειρηματίες ότι η είσοδος στην αγορά είναι ανοικτή και ότι το κυριότερο που χρειάζεται για να κατακτήσουν μερίδιο της και να σημειώσουν κέρδη, είναι η προώθηση καινοτόμων προϊόντων και ιδεών. Επομένως οι ειδικές ρυθμίσεις προστασίας του ανταγωνισμού ενθαρρύνουν τους καινοτόμους επιχειρηματίες των ΜΜΕ και διατηρούν παράλληλα έντονο το ενδιαφέρον τους για άσκηση καινοτομικής δραστηριότητας. Όπως είναι γνωστό, πολλές σημαντικές τεχνολογικές εφευρέσεις έχουν τις ρίζες τους στις ΜΜΕ από τα παλαιότερα χρόνια (18^ο αιώνα) μέχρι και σήμερα. Οι ΜΜΕ βρίσκονται στο προσκήνιο της παγκοσμιοποιημένης οικονομίας, αφού προωθούν καινοτόμες επιχειρηματικές δραστηριότητες σε ποικίλους κλάδους της οικονομίας. Η καινοτομία όμως, όπως και η επιχειρηματικότητα είναι ριψοκίνδυνη, κοστίζει, χρειάζεται χρόνο και πολλές φορές αποτυγχάνει. Όμως χωρίς αυτή, η οικονομία παραμένει στάσιμη. Επομένως, για ακόμη ένα παραπάνω λόγο οι ρυθμίσεις που εξασφαλίζουν τον υγιή ανταγωνισμό κρίνονται απαραίτητες για την εξέλιξη των αγορών και την ανάπτυξη των οικονομιών.

Η δυνατότητα των αγορών να λειτουργούν σύμφωνα με κανόνες υγιούς ανταγωνισμού αποτελεί στην εποχή μας το κεντρικό σημείο αναφοράς των συστάσεων πολιτικής παγκοσμίως. Η αγορά χρειάζεται την επέμβαση της κυβερνητικής πολιτικής προκειμένου να λειτουργήσει σωστά, να διατηρήσει και να βελτιώσει την αποδοτικότητα της. Στην πραγματικότητα, ο βαθμός αποτελεσματικότητας της αγοράς είναι η απόρροια κατάλληλης κυβερνητικής καθοδήγησης και θέσπισης κατάλληλων κανόνων και ρυθμίσεων.²⁷ Η πολιτική ανταγωνισμού σε συνδυασμό με την φορολογική και νομισματική πολιτική αποτελούν την τελευταία δεκαετία τους κινητήριους μοχλούς οικονομικής ανάπτυξης και ευημερίας των παγκόσμιων οικονομιών. Μία ανταγωνιστική οικονομία στα

²⁶ Adam M. Goledner, "Antitrust, innovation, entrepreneurship and small business", *Small Business Economics* 16: 31-35, 2001- Netherlands: Kluwer Academic Publishers.

²⁷ Raimund Bleischwitz, Peter Hennicke, Michael Kuhndt, Thomas Langrock, Stephan Ramesohi, "Governance of Sustainable Development", Towards Synergies between Corporate and Political Governance, January 2003.

πλαίσια της οποίας οι ΜΜΕ καινοτομούν, αναπτύσσονται και ασκούν έντονη επιχειρηματική δραστηριότητα αποτελεί στις μέρες μας τον κύριο στόχο πολιτικής όλων των δημόσιων και ιδιωτικών φορέων παγκοσμίως.

➤ ***Η Καθιέρωση του Ηλεκτρονικού Επιχειρείν (e- business) ως Παράγοντας Εκσυγχρονισμού των ΜΜΕ.***

Η διαμόρφωση ενός τεχνολογικού καινοτομικού περιβάλλοντος στις αναπτυσσόμενες χώρες αποτελεί μία εξαιρετικά σύνθετη, αλλά απολύτως αναγκαία διαδικασία στην εποχή μας. Οι διεθνοποίηση των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, η έμφαση στην τεχνολογία και την επιστήμη, η σύνδεση των τεχνολογικών δραστηριοτήτων με οικονομικές και κοινωνικές δραστηριότητες αλλά και οι επιπτώσεις του τεχνολογικού χάσματος μεταξύ αναπτυγμένων και αναπτυσσόμενων χωρών, αποτελούν τη γενική εικόνα που συνθέτει το σύγχρονο παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον και καλεί τις χώρες που επιθυμούν να συμμετέχουν ουσιαστικά σ' αυτό να αντιδράσουν άμεσα και δραστικά.

Ο παραγωγικός συντελεστής τεχνολογία πρέπει να αποκτήσει προτεραιότητα, μέσω της αύξησης των κρατικών δαπανών για την παραγωγή γνώσης, τον πολλαπλασιασμό των ερευνητικών και τεχνολογικών κέντρων και την ανάπτυξη της περιφερειακής και τυπικής διάστασης της τεχνολογικής πολιτικής²⁸. Η διάχυση της τεχνολογίας παρατηρείται με τόσο έντονους και γρήγορους ρυθμούς, που χρειάζεται εξαιρετικά υψηλή εγρήγορση για την στενή παρακολούθηση της. Ο χρόνος αντίδρασης στις τεχνολογικές αλλαγές ελαττώνεται ολοένα και περισσότερο. Νέα προϊόντα παράγονται γρηγορότερα και νέες τεχνολογίες υιοθετούνται συνέχεια από τις επιχειρήσεις²⁹. Η τεχνολογία της πληροφορικής ωριμάζει και οι επιχειρήσεις αποκτούν ευκολότερη πρόσβαση στο διαδίκτυο τώρα απ' ό,τι την προηγούμενη δεκαετία, κοινοποιώντας έτσι τις δραστηριότητες, τα αγαθά και τις υπηρεσίες τους όχι μόνο σε εγχώριους, αλλά και σε ξένους καταναλωτές. Οι πολιτικές πρέπει να εστιαστούν σε προώθηση προγραμμάτων που διευκολύνουν τη σύνδεση και τη διαθεσιμότητα των τεχνολογιών της πληροφορικής και των επικοινωνιών, διευκολύνοντας την είσοδο των ΜΜΕ στις αγορές του εξωτερικού. Η στήριξη δημιουργίας προσιτών ποιοτικών παγκόσμιων δικτύων θα συντελέσει θετικά στη μείωση του χρόνου των συναλλαγών, στην αποτελεσματικότερη επικοινωνία και εξυπηρέτηση των καταναλωτών, στην ανάπτυξη και διάθεση νέων προϊόντων και στην στενότερη συνεργασία μεταξύ εμπορικών εταιρών και συμμαχιών.

Οι ΜΜΕ και στον τομέα της τεχνολογίας υστερούν σε σχέση με τις επιχειρήσεις μεγαλύτερου μεγέθους, γεγονός που τις καθιστά αδύναμες να επεκταθούν σε ξένες αγορές και συνεπώς απόλυτα εξαρτημένες από τις επιχειρήσεις των αναπτυγμένων χωρών. Βασική προϋπόθεση για να μπορέσουν οι ΜΜΕ να αξιοποιήσουν πλήρως το e- business και να αποκτήσουν ανταγωνιστικότητα, αποτελεί η διαμόρφωση κατάλληλου ρυθμιστικού πλαισίου κοινής αποδοχής, που θα εξασφαλίζει εμπιστοσύνη, ασφάλεια, το απόρρητο της επικοινωνίας και προστασία των καταναλωτών³⁰. Επίσης, ιδιαίτερη σημασία πρέπει να δοθεί και στη διαδικασία κατάρτισης ειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού και επάνδρωσης των ΜΜΕ με αυτό.

²⁸ Κορρές- Χιόνης, 2003, Κεφ. 2. σελ. 183.

²⁹ Boyan Jovanovic, "New technology and the small firm", Small Business Economics 16: 53-55, 2001, Netherlands: Kluwer Academic Publishers.

³⁰ ΟΟΣΑ, 2004, σελ. 40.

Οι υπεύθυνοι χάραξης οικονομικής και κοινωνικής πολιτικής μπορούν να απαλλάξουν εν μέρει τις ΜΜΕ από το μεγάλο κόστος πληρωμής ειδικευμένου προσωπικού, με την ένταξη μαθημάτων πληροφορικής στη διάρκεια της υποχρεωτικής σχολικής φοίτησης και με την καθιέρωση προγραμμάτων επαγγελματικής κατάρτισης και δια βίου μάθησης.

Η διάχυση της τεχνολογίας της πληροφορικής και των επικοινωνιών έχει συντελέσει ευεργετικά στη δημιουργία πολλαπλών ευκαιριών συμμετοχής των ΜΜΕ στη διεθνοποιημένη οικονομία, κυρίως γιατί το διαδίκτυο μπορεί να βοηθήσει σε πολλές περιπτώσεις τις ΜΜΕ να ανταγωνιστούν ισότιμα τις μεγάλες επιχειρήσεις. Και αυτό γιατί η εξωστρέφεια που τους εξασφαλίζει, είναι η πιο ισχυρή διάσταση της ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ και της αποτελεσματικότητας των οικονομιών.

➤ *Περαιτέρω Πολιτικές Προώθησης Της Επιχειρηματικότητας Των ΜΜΕ Στο Νέο Διεθνοποιημένο Περιβάλλον.*

Είναι γεγονός ότι η δυναμική παρουσία των ΜΜΕ στην οικονομία μιας αναπτυσσόμενης χώρας δημιουργεί τις κατάλληλες προϋποθέσεις για γρήγορη οικονομική ανάκαμψη και ταυτόχρονα για μεγαλύτερη οικονομική μεγέθυνση και βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων της και αύξηση του κατά κεφαλήν εισοδήματός τους. Βέβαια, η αναπτυξιακή διαδικασία που ακολουθείται για κάθε υποψήφια χώρα προϋποθέτει μία διαφορετικότητα ως προς την υλοποίηση της, που υπαγορεύεται από τις συγκεκριμένες πολιτικές, πολιτιστικές, γεωγραφικές, ιστορικές, οικονομικές και κοινωνικές συνθήκες που διέπουν τις δομές της. Η διαδικασία αξιολόγησης του επιχειρηματικού κλίματος λειτουργίας των ΜΜΕ είναι απαραίτητη, προκειμένου να εντοπιστούν εκείνοι οι τομείς όπου μπορεί να σημειωθεί η πιο γρήγορη και αποτελεσματική πρόοδος για οικονομική ανάπτυξη. Η διαδικασία αυτή όμως είναι αναγκαίο να συντονιστεί και να προωθηθεί παράλληλα με την κυβέρνηση και από διάφορους μη κυβερνητικούς φορείς, τον ιδιωτικό τομέα και άλλων οικονομικών φορέων εθνικού ή τοπικού χαρακτήρα.

Οι ΜΜΕ εκτός ότι αναγνωρίζονται ως η ανθεκτικότερη μορφή επιχείρησης που αντέχει σε μακροχρόνιες κρίσεις, διαδραματίζοντας θεμελιώδη ρόλο στη δημιουργία και ανάπτυξη νέων θέσεων εργασίας, ταυτόχρονα παρέχουν δυνατότητα προσωπικής εξέλιξης σε πολλούς επιχειρηματίες, προσαρμόζονται εύκολα στις απαιτήσεις των καταναλωτών, παράγουν προϊόντα που φέρουν την προσωπική σφραγίδα του επιχειρηματία και παρουσιάζουν μεγάλη ελαστικότητα ως προς τη δυνατότητα μεταβολής του αντικειμένου των παραγόμενων προϊόντων και υπηρεσιών τους³¹. Προκειμένου όμως οι ΜΜΕ να πολλαπλασιαστούν, να εξαπλωθούν, να αντέξουν τον αυξανόμενο ανταγωνισμό και να εισχωρήσουν στην παγκοσμιοποιημένη αγορά, απαιτείται ένα σύνολο πολιτικών που ευνοεί την επιχειρηματικότητα.

Ένα σταθερό μακροοικονομικό θεσμικό πλαίσιο προϋποθέτει απλά και σταθερά φορολογικά συστήματα, ώστε να διευκολυνθεί η δημιουργία και ταχεία ανάπτυξη καινοτόμων ΜΜΕ. Ένα ευμετάβλητο φορολογικό σύστημα κάθε άλλο παρά συμβάλλει θετικά στη λειτουργία των ΜΜΕ, αφού είναι δυνατό να θέσει σε κίνδυνο τις σχεδιαζόμενες ήδη υπάρχουσες επενδύσεις, να απειλήσει την απασχόληση, να αποθαρρύνει μέσω της αστάθειας του τα σχέδια των επιχειρηματιών και να τονώσει τη διάθεση για φοροδιαφυγή. Το φορολογικό σύστημα χωρών που

³¹ Κορρές- Χιόνης, 2003, Κεφ. 2, σελ. 103.

επιθυμούν να συμμετέχουν ενεργά στο νέο διεθνοποιημένο περιβάλλον είναι αναγκαίο να χαρακτηρίζεται από:

- ✓ Διαφάνεια,
- ✓ Σταθερότητα,
- ✓ Συνεχόμενη τάση αύξησης της αποδοτικότητας του,
- ✓ Τάση εναρμόνισης με τα ευρωπαϊκά φορολογικά συστήματα και
- ✓ Ρυθμίσεις που βελτιώνουν την ανταγωνιστική θέση των επιχειρήσεων και του συνόλου της οικονομίας³².

Το φορολογικό σύστημα μίας αναπτυσσόμενης ευρωπαϊκής χώρας, όπως της Ελλάδας, αν και δεν είναι δυνατό να επιτύχει πλήρη εναρμόνιση τα υπόλοιπα ευρωπαϊκά φορολογικά συστήματα τουλάχιστον στην εποχή μας – λόγω ιδιαίτερων οικονομικών και ιστορικών παραγόντων- μπορεί να παρουσιάσει κάποιες βασικές ομοιότητες, οι οποίες και θα συντελέσουν θετικά στην αύξηση της ανταγωνιστικότητας και τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ, με παράλληλες ευεργετικές συνέπειες στην απασχόληση και την ευημερία του συνόλου της εθνικής οικονομίας.

Επιπλέον, ένα σταθερό μακροοικονομικό περιβάλλον προϋποθέτει μία σειρά ρυθμίσεων που αφορούν το νομικό πλαίσιο δραστηριοποίησης των ΜΜΕ, τον εκπαιδευτικό τομέα, την χρηματοπιστωτική αγορά και τις δαπάνες για έρευνα και ανάπτυξη. Η απλότητα και η ευελιξία αποτελούν τα δύο βασικά στοιχεία που είναι αναγκαίο να χαρακτηρίζουν το κανονιστικό περιβάλλον των ΜΜΕ, έτσι ώστε να προσαρμόζεται στις ανάγκες τους, να διευκολύνει την πρόσβαση τους στη νόμιμη οικονομία και να προστατεύει ρητά και αποτελεσματικά τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας τους. Η εκπαίδευση πρέπει να παρέχει γνώση προσαρμοσμένη στις σύγχρονες ανάγκες του νέου διεθνοποιημένου περιβάλλοντος, να διαμορφώνει κουλτούρα που προωθεί την επιχειρηματικότητα και επιβραβεύει την επιχειρηματική επιτυχία και να προωθεί την κινητοποίηση όλων των ομάδων του πληθυσμού, με ιδιαίτερη έμφαση στις γυναίκες και τους μειονεκτούντες. Το χρηματοοικονομικό περιβάλλον μιας οικονομίας διαδραματίζει σπουδαίο ρόλο στην τόνωση της ανάπτυξης των καινοτόμων και αναπτυσσόμενων ΜΜΕ, αποτελώντας τη βασική πηγή χρηματοδότησης τους. Τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα πρέπει να πάψουν να θεωρούν τη χρηματοδότηση των ΜΜΕ σαν αναποτελεσματική επενδυτική ευκαιρία και να υιοθετήσουν νοοτροπία στήριξης των μικρομεσαίων επιχειρηματικών μονάδων. Η ανταγωνιστικότητα των ΜΜΕ μπορεί να ενισχυθεί μέσω παροχής μακροχρόνιων δανείων, με ευνοϊκούς και ευέλικτους όρους αποπληρωμής. Η κυβερνητική πολιτική από τη μεριά της αναγνωρίζοντας την ευεργετική συμβολή των ΜΜΕ στο σύνολο της οικονομίας, είναι αναγκαίο να θεσπίσει διάφορα κίνητρα γι' αυτές, προκειμένου να ενθαρρύνει τη δημιουργία νέων ΜΜΕ και τη διεθνοποίηση τους στο εξωτερικό. Η άμεση καταβολή κονδυλίων χρηματοδότησης και η αύξηση του αριθμού των ΜΜΕ που δικαιούνται να έχουν πρόσβαση σ' αυτά, η επιδότηση

³² OECD , July 2001.

επιτοκίου των δανείων, η επιχορήγηση κεφαλαίων και η παροχή φορολογικών διευκολύνσεων απαρτίζουν μερικά μόνο από τα κίνητρα που βοηθούν τις ΜΜΕ να ξεπεράσουν ορισμένα διαρθρωτικά τους προβλήματα και να επεκταθούν σε διεθνή επίπεδα. Τέλος, οι δαπάνες για Έρευνα και Ανάπτυξη ενισχύουν την ανταγωνιστικότητα των ΜΜΕ και το προφίλ τους στη διεθνή οικονομική σκηνή. Η προώθηση της έρευνας και ο άμεσος συσχετισμός της με τις ανάγκες της σύγχρονης εποχής παρέχει τη δυνατότητα στους μικρομεσαίους επιχειρηματικούς οργανισμούς να αναπτύξουν τις καινοτομίες τους, να επανδρωθούν με εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό και να αποκτήσουν ευκολότερη πρόσβαση στη νέα γνώση. Έτσι, επιτυγχάνουν ομαλότερη ένταξη και αρμονικότερη ενσωμάτωση στις διεθνείς αγορές και αντεπεξέρχονται δυναμικότερα στο διαρκώς εντεινόμενο διεθνή ανταγωνισμό.

Η διαμόρφωση λοιπόν εθνικής στρατηγικής στήριξης και προώθησης των ΜΜΕ κρίνεται επιτακτική στις μέρες μας, δεδομένου ότι αυτές αποτελούν αυτοτελείς οικονομικούς οργανισμούς, βασικό παράγοντα τόνωσης της απασχόλησης και κινητήριο μοχλό της οικονομικής ανάπτυξης των αναπτυγμένων και αναπτυσσόμενων χωρών. Η δημιουργία ενός σταθερού μακροοικονομικού θεσμικού πλαισίου, που ενθαρρύνει την επιχειρηματικότητα και την ανάπτυξη καινοτόμων επιχειρήσεων, είναι αναγκαίο να αποτελεί το κεντρικό σημείο των συστάσεων οικονομικής πολιτικής όλων των χωρών που επιθυμούν να συμμετέχουν ενεργά στο νέο διεθνοποιημένο οικονομικό περιβάλλον.

4. ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΜΜΕ.

4.1 Περιφερειακές ανισότητες

➤ *Αίτια και μορφές των περιφερειακών ανισοτήτων.*

Την εικόνα των περιφερειακών ανισοτήτων συνθέτει ένα πολύπλοκο μίγμα οικονομικών, πολιτικών, ιστορικών και κοινωνικών παραγόντων μακροχρόνιου χαρακτήρα και έντονης τάσης διαρθρωτικών μεταβολών, που εντείνουν τις περιφερειακές ανισότητες. Ο πλήρης και διεξοδικός προσδιορισμός των παραγόντων του περιφερειακού προβλήματος απαιτεί τη διεξαγωγή μιας σειράς ειδικών ερευνών σε ένα ευρύτερο σύνολο χωρικών μονάδων, που να φανερώνει τα αίτια της ανομοιομορφης ανάπτυξης των περιφερειών.

Μερικοί από τους παράγοντες που διαμορφώνουν το περιφερειακό πρόβλημα είναι οι παρακάτω:

1. Γεωγραφικοί παράγοντες: Σ' αυτούς συμπεριλαμβάνονται η χλιομετρική απόσταση μιας απομακρυσμένης περιφέρειας που την απομονώνει από τα αναπτυγμένα κέντρα της χώρας, το αυξημένο μεταφορικό κόστος που μειώνει τα κέρδη των επιχειρήσεων, η μειωμένη πρόσβαση της περιοχής σε καινοτομικά δίκτυα και σε πηγές νέων τεχνολογιών καθώς και η πιθανή αδράνεια ή φτώχεια που παρουσιάζει αναφορικά με τους φυσικούς πόρους.
2. Χαμηλή κινητικότητα εργασίας και κεφαλαίου: Η κινητικότητα του παραγωγικού συντελεστή εργασία, εκτός ότι παρουσιάζει σοβαρή χρονική υστέρηση μεταξύ του χρόνου εκδήλωσης της ζήτησης και του αντίστοιχου χρόνου κινητοποίησης του ανθρώπινου κεφαλαίου για την κάλυψη της, η εσωτερική μετανάστευση συνεπάγεται και δημιουργία κοινωνικών προβλημάτων που εντείνουν το περιφερειακό πρόβλημα. Και η κινητικότητα του κεφαλαίου παρουσιάζει ατέλειες. αφού παρατηρείται μειωμένος ρυθμός κατεύθυνσης και αξιοποίησης του σε προβληματικές περιφέρειες.
3. Θεσμικοί παράγοντες: Η σχεδόν καθολική συγκέντρωση των αρμόδιων φορέων και οργανισμών δημόσιας διοίκησης στα μεγάλα αστικά κέντρα, και κυρίως στην πρωτεύουσα, αποδυναμώνουν τις αρμοδιότητες της τοπικής αυτοδιοίκησης και εμποδίζουν τη γρήγορη προώθηση των τοπικών υποθέσεων με αποτέλεσμα να αναστέλλεται η οικονομική άνθιση της περιφέρειας.

4. Πολιτιστικοί παράγοντες: Η κουλτούρα, το θρήσκευμα, τα ήθη και έθιμα αλλά και το μορφωτικό επίπεδο των ανθρώπων μιας περιφέρειας, αποτελούν εμπόδια της αναπτυξιακής διαδικασίας της.
5. Περιβαλλοντικοί παράγοντες: Οι ιδιαίτερες κλιματολογικές συνθήκες και η κατάσταση του φυσικού περιβάλλοντος της κάθε περιφέρειας αποτελούν σημαντικούς παράγοντες προσέλκυσης επενδύσεων.³³

Τέλος, αναγκαίο είναι να επισημανθεί ως βασικό αίτιο του περιφερειακού προβλήματος η έλλειψη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών και "επιχειρηματικού κλίματος" σε μία περιφέρεια. Η μειωμένη ικανότητα των επιχειρήσεων μιας περιφέρειας να καινοτομήσουν, να προσαρμόσουν αποτελεσματικά τη νέα τεχνολογία και γνώση στην παραγωγική τους διαδικασία και να αξιολογήσουν σωστά τις σύγχρονες ανάγκες και εξελίξεις του σήμερα, αφενός επιδρά αρνητικά στην περαιτέρω ανάπτυξη και εξάπλωση τους και αφετέρου ελαττώνει δραστικά το ρυθμό εμφάνισης νέων πρωτοβουλιών σε όλους τους τομείς της οικονομικής δραστηριότητας.

➤ *Αντικειμενικοί Σκοποί της Περιφερειακής Οικονομικής Πολιτικής.*

Η περιφερειακή ανάπτυξη αποτελεί βασικό άξονα της οικονομικής πολιτικής και συνδέεται άμεσα με τη μεγιστοποίηση της κοινωνικής ευημερίας και της οικονομικής αποτελεσματικότητας. Η οικονομική και κοινωνική πραγματικότητα των περιφερειών καθώς και ο εντοπισμός των ιδιαίτερων προβλημάτων τους αποτελεί μία πολύπλοκη, πολυσύνθετη και χρονοβόρα διαδικασία. Ωστόσο, υπάρχει μία σειρά αντικειμενικών σκοπών που εξυπηρετεί η εφαρμογή της περιφερειακής πολιτικής και αποτελεί κοινό σημείο αναφοράς σχεδόν για το σύνολο των προβληματικών περιφερειών.

Στην προσπάθεια της η κυβερνητική οικονομική και κοινωνική πολιτική να εξασφαλίσει ισότητα, δικαιοσύνη, κοινωνική ευημερία και αποτελεσματικότητα των επενδύσεων προωθεί ένα σύνολο πολιτικών και ρυθμίσεων που επιδιώκουν την ικανοποίηση των παρακάτω στόχων:

1. Μείωση των περιφερειακών διαφορών στο κατά κεφαλήν εισόδημα,
2. Μείωση της ανεργίας της περιφέρειας και του ρυθμού αύξησής της,
3. Αύξηση του μέσου ρυθμού εκμεταλλεύσεων των εθνικών πόρων,
4. Μείωση των πληθυσμιακών πιέσεων στις περιφέρειες όπου παρατηρείται πληθυσμιακή συμφόρηση,

³³ Κόνσολας Ι. Ν.- "Σύγχρονη Περιφερειακή Οικονομική Πολιτική", Εκδόσεις Παπαζήση, ΑΘΗΝΑ 1997, Κεφ. 2, σελ.53.

5. Διατήρηση και ενίσχυση του πολιτιστικού περιβάλλοντος των περιφερειών,
6. Επίτευξη μιας καλύτερης ισορροπίας μεταξύ του πληθυσμού και του περιβάλλοντος³⁴.

Οι αντικειμενικοί στόχοι της περιφερειακής πολιτικής εξυπηρετούν οικονομικούς, κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς σκοπούς, που ενώ πολλές φορές αλληλοσυνδέονται άλλες αλληλοσυγκρούονται. Η ιεράρχηση των αντικειμενικών στόχων και η διαδικασία εφαρμογής περιφερειακής πολιτικής διαφέρει ανάμεσα στις περιφέρειες, λόγω των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών που αυτές παρουσιάζουν. Πάντως, η ισόρροπη ανάπτυξη, η πλήρης απασχόληση, η βελτίωση της ποιότητας ζωής στις μεγάλες πόλεις και η αύξηση του πραγματικού κατά κεφαλήν εισοδήματος στις καθυστερημένες περιφέρειες αποτελούν βασικούς σκοπούς περιφερειακών προγραμμάτων που εφαρμόζονται σε πολλές χώρες.

4.2 Μικρομεσαίες επιχειρήσεις και περιφερειακή ανάπτυξη.

Η προώθηση της επιχειρηματικότητας και οι πολιτικές ανάπτυξης καινοτόμων ΜΜΕ έχουν λάβει στις μέρες μας σημαντικές τοπικές διαστάσεις. Η ίδρυση νέων καινοτόμων ΜΜΕ αλλά και η ενίσχυση αυτών που ήδη υπάρχουν είναι αναγκαίο να αποτελεί έναν από τους βασικότερους στόχους περιφερειακής ανάπτυξης των τοπικών αρχών αυτοδιοίκησης. Η δυναμική που αναπτύσσουν οι ΜΜΕ είναι ικανή να επιτύχει υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης της περιφέρειας και την αξιόλογη ανάδειξή της.

Η ΜΜΕ, με έντονα τα χαρακτηριστικά της προσωπικής σφραγίδας των επιχειρηματιών και της ευελιξίας της στην προσαρμογή των ιδιαίτερων απαιτήσεων του τοπικού καταναλωτικού κοινού, μπορεί να αποτελέσει ισχυρό μέσο περιφερειακής ανάπτυξης, δημιουργώντας νέες θέσεις εργασίας και προωθώντας στην αγορά νέα καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες απόλυτα προσαρμοσμένες στις νέες, σύγχρονες ανάγκες των καταναλωτών και ταυτόχρονα άμεσα συνυφασμένες με την τοπική κουλτούρα και παράδοση. Η στενή σχέση άλλωστε, της ΜΜΕ με την τοπική κοινωνία της παρέχει το συγκριτικό πλεονέκτημα της άμεσης διαφοροποίησης της παραγωγής της μόλις αντιληφθεί την αλλαγή καταναλωτικών προτιμήσεων και τη μείωση του επιχειρηματικού κινδύνου από την όποια παραγωγική της πρωτοβουλία, με ευέλικτους και αποτελεσματικούς τρόπους. Η ΜΜΕ αποτελεί αποτελεσματικό και ικανό φορέα μείωσης της περιφερειακής και κατ' επέκταση της μακροχρόνιας ανεργίας, άμβλυνσης των κοινωνικών ανισοτήτων και αύξησης του εισοδήματος της περιφέρειας. Επίσης, η ΜΜΕ που δραστηριοποιείται στην περιφέρεια μπορεί και πετυχαίνει βελτίωση του τοπικού επιχειρηματικού περιβάλλοντος, και διατήρηση της ανταγωνιστικότητας της σε υψηλά επίπεδα, μέσω των καλών σχέσεων που διατηρούν οι εργαζόμενοι και οι επιχειρηματίες μεταξύ τους.

Η περιφέρεια προκειμένου να αποτελέσει πόλο έλξης επενδυτικών και επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, ώστε να επιτύχει την οικονομική και κοινωνική της εναρμόνιση με τα μεγάλα αστικά κέντρα και τη δυναμική παρουσία της τόσο

³⁴ Σκούντζος Α. Θ. - " Περιφερειακή Οικονομική Ανάλυση και Πολιτική", Τόμος Α', Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα- Πειραιάς 1996, Κεφ.6, σελ.113.

στην εθνική όσο και στην παγκόσμια οικονομική σκηνή, είναι αναγκαίο να δημιουργήσει ένα “φιλικό” επιχειρηματικό περιβάλλον που να διαμορφώνεται από τους εξής παράγοντες:

- Διαθεσιμότητα κεφαλαίου υψηλού επιχειρηματικού κινδύνου.
- Παρουσία έμπειρων επιχειρηματιών.
- Τεχνικά εξειδικευμένο εργατικό δυναμικό.
- Πρόσβαση σε προμηθευτές.
- Πρόσβαση σε πελάτες ή καινούργιες αγορές.
- Ευνοϊκή κυβερνητική πολιτική.
- Γειτνίαση με πανεπιστήμια.
- Διαθεσιμότητα γης και διευκολύνσεων.
- Πρόσβαση σε μεταφορικά δίκτυα.
- Ανταποκρινόμενο πληθυσμό.
- Διαθεσιμότητα υπηρεσιών υποστήριξης.
- Ελκυστικές συνθήκες διαβίωσης του εργατικού δυναμικού.³⁵

➤ *Στρατηγικά μέσα προώθησης της επιχειρηματικότητας στα πλαίσια της περιφερειακής πολιτικής.*

Μία εθνική οικονομία προκειμένου να είναι ανταγωνιστική και ικανή να αντεπεξέλθει στις σύγχρονες οικονομικές και κοινωνικές εξελίξεις του νέου διεθνοποιημένου περιβάλλοντος, είναι αναγκαίο να ενθαρρύνει την ανάπτυξη της ενδογενούς επιχειρηματικότητας στις αναπτυγμένες αλλά κυρίως στις καθυστερημένες περιφέρειες της, έτσι ώστε να ενισχύσει την αποτελεσματικότητα της και να εξασφαλίσει παράλληλα την οικονομική και κοινωνική συνοχή της. Η ουσιαστική συνεργασία τοπικών δημόσιων και ιδιωτικών φορέων, ο υψηλός βαθμός αυτονομίας των τοπικών οικονομικών δραστηριοτήτων, η απορρόφηση καινοτομιών και νέων τεχνολογιών αλλά και η ενίσχυση του θεσμού των ΜΜΕ αποτελούν βασικούς άξονες περιφερειακής πολιτικής που προωθούν τις αναπτυξιακές πρωτοβουλίες, ενεργοποιούν τους τοπικούς παραγωγικούς πόρους και δίνουν ώθηση στην ανάπτυξη της περιφέρειας.

❖ *Καινοτομία και Νέα Τεχνολογία.*

Η καινοτομία, ως το αποτέλεσμα δημιουργικών εφαρμογών σύγχρονων τεχνολογιών, αποτελεί ιδιαίτερης σημασίας συστατικό τεχνολογικής προόδου για την ενδυνάμωση της αναπτυξιακής διαδικασίας της περιφέρειας. Η καινοτομία προϊόντος ορίζεται ως εισαγωγή ενός νέου προϊόντος στην αγορά ή ως βελτίωση ενός προϊόντος που ήδη κυκλοφορεί στην αγορά και εμφανίζεται με διάφορες μορφές, όπως μείωσης των εισροών στην παραγωγή, βελτίωσης των συνθηκών εργασίας και εξάλειψης τεχνικών δυσκολιών στην παραγωγή ή παροχής υπηρεσιών με βελτιωμένες

³⁵ Έρευνα Bruno & Tyebjee (1982), όπως αναφέρουν οι Malecki E.J.- Nijkamp P. στο “Τεχνολογία και Περιφερειακή Ανάπτυξη”, Ινστιτούτο Περιφερειακής Ανάπτυξης, Αθήνα 1996.

διαδικασίες.³⁶ Η καινοτομία παρατηρείται έντονα στα πλαίσια δραστηριοποίησης των ΜΜΕ και αποτελεί ισχυρό μέσο περιφερειακής τεχνολογικής πολιτικής.

Οι σύγχρονες ΜΜΕ υψηλής τεχνολογίας είναι πολλά υποσχόμενες και παρέχουν μεγάλες ευκαιρίες γρήγορης και ποιοτικής περιφερειακής μεγέθυνσης. Προγράμματα βελτίωσης της χωρικής διάχυσης της καινοτομίας και της νέας γνώσης στην περιφέρεια είναι αναγκαία προκειμένου οι επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας, που προσφέρουν ταυτόχρονα υψηλής ποιότητας προϊόντα και υψηλές χρηματικές αμοιβές στους εργαζομένους, να εγκαταστηθούν και να δραστηριοποιηθούν στην περιφέρεια. Οι επιχειρηματικοί φορείς για να εξαπλωθούν και να επενδύσουν σε τοπικό επίπεδο είναι αναγκαίο η περιφέρεια να τους παρέχει υψηλά επίπεδα ανταγωνιστικότητας, πολλά πεδία ακαδημαϊκών και πολιτιστικών δραστηριοτήτων, άριστες δυνατότητες για εσωτερικές και εξωτερικές επικοινωνίες, ενδείξεις ανικανοποίητων αναγκών και ένα γενικό θεσμικό πλαίσιο που διευκολύνει την ανάπτυξη μέσω δημιουργίας δικτύων και συμμαχιών.

❖ Ευνοϊκά Κοινωνικά Χαρακτηριστικά.

Παράγοντα αποφασιστικής σημασίας για την επιχειρηματική δραστηριότητα της περιφέρειας αποτελούν αναντίρρητα και τα ιδιαίτερα κοινωνικά χαρακτηριστικά της. Η ποιότητα και η διαθεσιμότητα του εργατικού δυναμικού σε συνδυασμό με το επίπεδο γενικής μόρφωσης και εξειδίκευσης του, βοηθούν στην ίδρυση κέντρων Έρευνας και Ανάπτυξης, στην ενεργοποίηση φορέων μεταφοράς τεχνολογίας και στην ενσωμάτωση της νέας γνώσης στους τομείς της παραγωγής, διάθεσης και πληροφοριών. Η δυνατότητα παροχής, εκ μέρους της περιφέρειας, ενός καλά οργανωμένου δικτύου υποδομών γνώσης, πληροφόρησης και ερευνητικής-επιστημονικής εξειδίκευσης, οδηγεί σε υψηλό βαθμό συγκέντρωσης καινοτόμων και υψηλής τεχνολογίας ΜΜΕ. Η διαθεσιμότητα ερευνητικών ινστιτούτων και εξειδικευμένου εργατικού δυναμικού σε συνδυασμό με την κατάλληλη κρατική υποστήριξη για δραστηριότητες Έρευνας και Ανάπτυξης, αποτελούν τους βασικούς παράγοντες δημιουργίας παραγωγικού και καινοτομικού περιβάλλοντος, που υποκινεί πρωτοβουλίες υψηλής τεχνολογίας και καινοτόμας επιχειρηματικότητας. Άλλωστε, η επιχειρηματική δραστηριότητα και οι τοπικές προτιμήσεις ενός εργατικού δυναμικού, που χαρακτηρίζεται από κινητικότητα, αποτελούν βασικές παραμέτρους αναζήτησης βιώσιμων περιφερειών και εφαρμογής τεχνολογικών πολιτικών.

❖ Τεχνοπόλεις.

Η διαδικασία διάχυσης της καινοτομίας και της νέας τεχνολογίας, με κύρια κατεύθυνση την αναδιοργάνωση της παραγωγής των ΜΜΕ και τον εκσυγχρονισμό τους, αποτελεί ένα δημοφιλές μέσο πολιτικής κρατικών και ιδιωτικών φορέων για την τόνωση της ανάπτυξης της περιφέρειας. Τα νέα όμως δεδομένα του αυξημένου ανταγωνισμού, της εμφάνισης νέων βιομηχανικών χωρών και της ανάγκης οικονομικής και κοινωνικής ολοκλήρωσης στα πλαίσια της Ευρωπαϊκής Ένωσης,

³⁶ Κόνσολας Ι. Ν. 1997.

θέτουν τη βάση για υιοθέτηση νέων επιλογών τόσο από μέρους των αναπτυσσόμενων χωρών που επιθυμούν να διατηρήσουν την αναπτυξιακή τους υπεροχή, όσο και των αναπτυσσόμενων που προσδοκούν να διαδραματίσουν ενεργό ρόλο στο νέο διεθνοποιημένο οικονομικό περιβάλλον. Κύριο όργανο της πολιτικής αυτής αποτελεί η δημιουργία Τεχνοπόλεων. Ως Τεχνόπολη ορίζεται ένα χωρικό σύνολο στο οποίο εντάσσονται δραστηριότητες που τείνουν στη μεγιστοποίηση της αποτελεσματικότητας των σχέσεων έρευνας και επιχειρήσεων, με σκοπό την προώθηση της αναπτυξιακής διαδικασίας και μέσω τη νέα "καινοτομική" τεχνολογία³⁷.

Οι Τεχνοπόλεις εγκαθίστανται σε περιοχές με υψηλή βιομηχανική εξειδίκευση και τεχνολογία, υψηλή συγκέντρωση εκπαιδευτικών και ερευνητικών δραστηριοτήτων και με ολοκληρωμένα δίκτυα υποδομής στους κλάδους μεταφορών, τηλεπικοινωνιών και εξυπηρέτησης.

Σύμφωνα με τον Κόνσολα, στις Τεχνοπόλεις εμφανίζονται συχνότερα οι παρακάτω ομάδες επιχειρήσεων:

1. Επιχειρήσεις που δημιουργούνται από τα αξιοποιήσιμα αποτελέσματα των ερευνών στα Πανεπιστήμια και στα Ερευνητικά Ινστιτούτα και επιχειρήσεις που επιδιώκουν να λειτουργούν κοντά σε Ερευνητικά Κέντρα και σε άλλες επιχειρήσεις νέας τεχνολογίας.
2. Επιχειρήσεις «ερευνητικών υπηρεσιών», που παρέχουν τις υπηρεσίες τους στις εγκαταστημένες επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας.
3. Ομοειδείς επιχειρήσεις, κυρίως πολυεθνικές, που ενδιαφέρονται να παρακολουθούν από κοντά την παραγωγική διαδικασία προϊόντων νέας τεχνολογίας, ώστε να μπορούν άμεσα να αξιοποιήσουν μία εφεύρεση, που θα επηρεάσει το κόστος και θα διευρύνει τις πωλήσεις τους.
4. Επιχειρήσεις παραδοσιακών κλάδων που κάνουν χρήση νέας τεχνολογίας και επιχειρήσεις αξιοποίησης τοπικών πρώτων υλών ή ανθρώπινου δυναμικού υψηλής εξειδίκευσης.

Η συμβολή των Τεχνοπόλεων στην περιφερειακή ανάπτυξη κρίνεται ιδιαίτερα σημαντική, αφού παρέχουν τη δυνατότητα αξιοποίησης ενός ολοκληρωμένου συστήματος δημιουργίας και ανάπτυξης σύγχρονων και καινοτόμων ΜΜΕ. Μέσω της παροχής όλων των απαραίτητων δικτύων υποδομής, της στενής συνεργασίας με τα πανεπιστημιακά ιδρύματα και της εξασφάλισης υψηλού επιπέδου ανθρώπινου δυναμικού, αποτελούν σημαντικό μέσο διάχυσης της νέας τεχνολογίας και τεχνολογικής αναβάθμισης των επιχειρήσεων. Η ουσιαστική λειτουργία των Τεχνοπόλεων επιτυγχάνει τη μείωση της περιφερειακής ανεργίας, την αποδοτικότερη αξιοποίηση τοπικών πόρων, την αύξηση της παραγωγικότητας και την προστασία του περιβάλλοντος. Επίσης, ωθεί το εκπαιδευτικό σύστημα να προσαρμοστεί στις σύγχρονες ανάγκες και απαιτήσεις των επιχειρήσεων, κινητοποιεί τους τοπικούς φορείς ώστε να λάβουν πρωτοβουλίες επιχειρηματικής δράσης και αναβαθμίζει σημαντικά την "εικόνα" της πόλης και το επίπεδο της περιφερειακής τεχνολογικής στάθμης.

Η κυβερνητική πολιτική κατανοώντας τη σημασία του θεσμού των Τεχνοπόλεων στον τεχνολογικό εκσυγχρονισμό, στην περιφερειακή ανάπτυξη αλλά

³⁷ Κόνσολας Ι. Ν., 1997.

και στην ευημερία της οικονομίας στο σύνολό της, είναι αναγκαίο να συνεργαστεί στενά με ιδιωτικούς και πανεπιστημιακούς φορείς, ώστε να πραγματοποιήσει αποτελεσματικότερα τον επιθυμητό στόχο. Από πρόσφατες μελέτες έχει διαπιστωθεί ότι για να ανοιχτούν νέοι αναπτυξιακοί ορίζοντες, που θα επιτρέπουν τη δημιουργία αποτελεσματικών Τεχνοπόλεων, πρέπει να πληρούνται κάποιες βασικές προϋποθέσεις, που έχουν ως εξής:

- Αποτελεσματική περιφερειακή πολιτική που ενθαρρύνει την εκβιομηχάνιση της περιφέρειας και την καθιστά ελκυστικό πόλο ανάπτυξης. Στα πλαίσια αυτής, οι Τεχνοπόλεις προσφέρουν οικονομίες συσπείρωσης τέτοιου μεγέθους που διευκολύνουν τη διάχυση της ανάπτυξης προς την ευρύτερη περιφέρεια, προσελκύοντας ολόένα και περισσότερες μονάδες ερευνητικών δραστηριοτήτων διεθνούς εμβέλειας.
- Ουσιαστική ενίσχυση του κλάδου της επιστημονικής έρευνας και της εκπαίδευσης, προκειμένου να προωθηθεί η δημιουργία νέων κλάδων υψηλής τεχνολογίας, να εκσυγχρονιστεί η παραγωγή και να ενισχυθεί η διαφοροποίηση της οικονομίας.
- Υιοθέτηση κατάλληλου θεσμικού πλαισίου, που απελευθερώνει από τους περιορισμούς της υπάρχουσας γραφειοκρατίας, επιτρέπει την εκμετάλλευση των δυνατοτήτων της ιδιωτικής πρωτοβουλίας, ενισχύει την τοπική αυτοδιοίκηση και προάγει την επιχειρηματική καινοτομία.
- Εξασφάλιση ενός ποιοτικού φυσικού και τεχνητού περιβάλλοντος, με έμφαση στην εκμετάλλευση ήπιων μορφών ενέργειας και την ορθολογική χρήση των φυσικών πόρων³⁸.

Ο θεσμός των Τεχνοπόλεων, προσφέροντας πολλαπλά οικονομικά, τεχνολογικά, κοινωνικά και περιβαλλοντικά οφέλη, αποτελεί μία από τις πιο σύγχρονες και πιο ελπιδοφόρες στρατηγικές περιφερειακής ανάπτυξης και προώθησης της καινοτόμας επιχειρηματικότητας, στα πλαίσια των οποίων είναι εφικτή η μετατροπή πολλών παραδοσιακών ΜΜΕ σε ανταγωνιστικές επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας και διεθνούς εμβέλειας.

³⁸ Λούκισσας Φ. -'' Πρόταση Ίδρυσης Τεχνόπολης στη Θεσσαλία'', Εκδόσεις Πανεπιστημίου Θεσσαλίας 1996.

4.3 Περιφερειακές διαφορές στην Ευρωπαϊκή Ένωση: Η περίπτωση της Ελλάδας .

➤ Γενικά

Η περιφερειακή πολιτική στα πλαίσια της Κοινότητας αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της πολιτικής της, λόγω της αυξημένης ανομοιογένειας που παρατηρείται μέσα σ' αυτή, ιδιαίτερα ύστερα από κάθε καινούργια διεύρυνση. Παρόλο που προβλέπεται από την Κοινότητα η συνεχόμενη προσπάθεια των κρατών- μελών για ενίσχυση των οικονομιών τους και προώθηση της αρμονικής τους ανάπτυξης, οι περιφερειακές ανισότητες μεταξύ διάφορων περιοχών εξακολουθούν να υφίστανται και μάλιστα σε μεγάλο βαθμό. Δείκτες όπως το κατά κεφαλήν εισόδημα, το ποσοστό απασχόλησης και η παραγωγικότητα, αποτελούν βασικά μεγέθη που φανερώνουν την ανταγωνιστικότητα και την ευημερία κάθε περιφέρειας. Έρευνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης έχουν καταγράψει μεγάλες αποκλίσεις των παραπάνω μεγεθών μεταξύ των κρατών- μελών, γεγονός που εμποδίζει την οικονομική εναρμόνιση τους εντός της Κοινότητας. Οι σημαντικότερες περιφερειακές ανισότητες εντοπίζονται κυρίως στα έργα κοινωνικής υποδομής (δίκτυα μεταφορών, τηλεπικοινωνίες και περιβαλλοντική υποδομή), στην ποιότητα του ανθρώπινου δυναμικού (διαφορές στο επίπεδο εκπαίδευσης) και στην τεχνολογική ανάπτυξη και έρευνα (μέγεθος δαπάνης, γεωγραφική κατανομή των ερευνητικών δραστηριοτήτων).

Η Ευρωπαϊκή Ένωση στην προσπάθεια της να μειώσει τις διαπεριφερειακές και ενδοπεριφερειακές ανισότητες μεταξύ των κρατών-μελών της, προκειμένου να επιτύχει οικονομική ολοκλήρωση και συνοχή, καθιέρωσε και συνεχώς ενισχύει τις ρυθμίσεις και τα προγράμματα της Κοινοτικής περιφερειακής πολιτικής. Παρόλο που ο ρόλος της Κοινότητας παραμένει συμπληρωματικός και παράλληλος προς τις εθνικές πολιτικές, αιτιολογείται απόλυτα λόγω:

1. Της ανάγκης επίτευξης συνοχής και ολοκλήρωσης μεταξύ των περιφερειών της Ένωσης- σε επίπεδο οικονομικό, πολιτικό κοινωνικό- όπως υπαγορεύει ρητά η Συνθήκη του Μάαστριχτ.
2. Της αδυναμίας ορισμένων κρατών- μελών να διαθέσουν τους απαραίτητους οικονομικούς πόρους για την κατάλληλη αντιμετώπιση των περιφερειακών τους προβλημάτων.
3. Της ανάγκης συντονισμού των περιφερειακών πολιτικών που ασκούνται από τις χώρες-μέλη της Κοινότητας προς μία κοινή κατεύθυνση.

Η ίδρυση του Ευρωπαϊκού Ταμείου Περιφερειακής Ανάπτυξης (1975) σήμανε τη ουσιαστική κινητοποίηση της Κοινοτικής περιφερειακής πολιτικής. Οι εθνικές κυβερνήσεις των κρατών- μελών της ΕΕ χαράζουν πολιτικές με σκοπό την προώθηση της ανάπτυξης των καθυστερημένων περιοχών. Θεσπίζουν οικονομικά κίνητρα, χορηγούν ενισχύσεις και προωθούν τις επενδύσεις έργων οικονομικής και κοινωνικής υποδομής, ώστε να ενθαρρύνουν την εγκατάσταση και δραστηριοποίηση επιχειρηματικών οικονομικών ομάδων σε περιοχές που εμφανίζουν χαμηλούς ρυθμούς ανάπτυξης. Η περιφερειακή πολιτική της ΕΕ αποσκοπεί στην ικανοποίηση ορισμένων βασικών στόχων, όπως την οικονομική προσαρμογή των περιφερειών με αναπτυξιακή καθυστέρηση, την οικονομική ανασυγκρότηση των περιοχών που

παρουσιάζουν βιομηχανική παρακμή, την καταπολέμηση της μακροχρόνιας ανεργίας, την επαγγελματική ένταξη των νέων, γυναικών και μειονεκτούντων ομάδων στην αγορά εργασίας και την οικονομική διαφοροποίηση των ευάλωτων αραιοκατοικημένων περιοχών των βόρειων χωρών³⁹. Έτσι, τα κράτη- μέλη της Κοινότητας, ιεραρχώντας τις προτεραιότητες βάσει μελετών περιφερειακού προσανατολισμού, καταρτίζουν ενιαίο πλαίσιο περιφερειακού προγραμματισμού, που βασίζεται στο συντονισμό των εθνικών περιφερειακών πολιτικών και στη χρηματοδότηση και πραγμάτωση των αναπτυξιακών περιφερειακών προγραμμάτων.

➤ *Η Εικόνα της Ελλάδας.*

Η Ελλάδα παρά τη μεγάλη ανάπτυξη που σημειώνει τις τελευταίες δεκαετίες σ' όλους τους τομείς της ανθρώπινης δράσης, παρουσιάζει σοβαρές ανισότητες ανάπτυξης σχετικά με τις υπόλοιπες χώρες- μέλη της Κοινότητας τόσο στον οικονομικό, όσο και στον κοινωνικό, πολιτισμικό και δημογραφικό τομέα. Το περιφερειακό πρόβλημα που παρουσιάζει η Ελλάδα στο σύνολό της αποτελεί σοβαρό εμπόδιο της οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης της. Η Ευρωπαϊκή Ένωση στα πλαίσια της περιφερειακής της πολιτικής, έκρινε αναγκαία τη χορήγηση χρηματικών πόρων των διαρθρωτικών ταμείων προς τις ελληνικές αρμόδιες αρχές, προκειμένου να διευρυνθεί η αλληλεγγύη και η συνοχή στο εσωτερικό της.

Οι άμεσοι στόχοι των Κοινοτικών Πλαισίων Στήριξης (ΚΠΣ) στηρίζονται στους εξής αναπτυξιακούς άξονες για την ελληνική πραγματικότητα:

- ❑ Μείωση του βαθμού περιφερειακότητας και προώθηση της εσωτερικής συνοχής μέσω της ανάπτυξης των μεγάλων δικτύων υποδομής.
- ❑ Βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης.
- ❑ Ανάπτυξη και ανταγωνιστικότητα του οικονομικού ιστού.
- ❑ Ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού και προώθηση της απασχόλησης⁴⁰.

Η μελέτη που εκπονήθηκε από το Εθνικό Συμβούλιο Ανταγωνιστικότητας και Ανάπτυξης (ΕΣΑΑ) για την ανταγωνιστικότητα της ελληνικής οικονομίας κατά το έτος 2003, παρουσιάζει μία έγκυρη, τεκμηριωμένη και σύμφωνη με όλους τους κοινωνικούς εταίρους άποψη για την εικόνα της Ελλάδας, εκθέτοντας τα πλεονεκτήματα και τις αδυναμίες της καθώς και τις προοπτικές της μελλοντικής πορείας της.

Η ελληνική οικονομία μέσω των δαπανών των Β' και Γ' ΚΠΣ και την ολυμπιακή προετοιμασία ενίσχυσε τον αναπτυξιακό της χαρακτήρα, μέσω των αυξημένων δημοσίων δαπανών σε υποδομές. Επίσης, η ένταξη της χώρας στην ΟΝΕ και η δημοσιονομική προσαρμογή που επακολούθησε, συντέλεσε ώστε να δημιουργηθούν συνθήκες οικονομικής σταθερότητας και μεγαλύτερης βεβαιότητας για τις μελλοντικές εξελίξεις της ελληνικής οικονομίας, ενώ παράλληλα παρατηρήθηκε μεγάλη πτώση των επιτοκίων. Οι εξελίξεις αυτές από κοινού επηρέασαν θετικά τις ιδιωτικές επενδύσεις και τροφοδότησαν μία υγιή και συνεχή αύξηση της τελικής ζήτησης στην οικονομία⁴¹. Έτσι, η ελληνική οικονομία, λόγω των

³⁹ Κόνσολας Ι.Ν. 1997.

⁴⁰ Σκούντζος Θ.Α. 1997.

⁴¹ ΕΣΑΑ, 2003, σελ. 15.

παραπάνω θετικών παραγόντων, κατόρθωσε να αναπτυχθεί γοργά τα τελευταία χρόνια, σημειώνοντας από τους υψηλότερους ρυθμούς ανάπτυξης μεταξύ των ευρωπαϊκών της εταιρών. Ο αναπτυξιακός όμως αυτός κύκλος τείνει να εξαντληθεί, οπότε η εύρεση νέων παραγόντων που θα τροφοδοτήσουν την περαιτέρω ανάπτυξη της χώρας και θα ενισχύσουν την ανταγωνιστικότητα της στη νέα φάση της κρίνεται επιτακτική.

Η ελληνική οικονομία παρουσιάζει σύμφωνα με τη μελέτη κάποια ισχυρά σημεία, που μπορούν αν διατηρηθούν και αξιοποιηθούν σωστά να αποτελέσουν μία καλή βάση για περαιτέρω ανάπτυξη και ευημερία. Αρχικά η οικονομία ξεκινά από ένα υψηλό σημείο του οικονομικού κύκλου και αυτό από μόνο του αποτελεί ένα σημαντικό συγκριτικό πλεονέκτημα. Το αρκετά αξιόλογο δίκτυο υποδομής που παρουσιάζει η Ελλάδα, αναμένεται να αποτελέσει βασική προϋπόθεση υψηλότερης παραγωγικότητας και ανταγωνιστικότητας της στο μέλλον. Ακόμη, το ανθρώπινο εργατικό δυναμικό διαθέτοντας σχετικά υψηλό επίπεδο γενικής παιδείας και συγκριτικά αυξημένες ικανότητες χρήσης ξένων γλωσσών, έχει την ικανότητα να ακολουθεί τις εξελίξεις της νέας διεθνοποιημένης οικονομίας και τις απαιτήσεις της νέας τεχνολογίας. Επίσης, οι τεχνικές, οργανωτικές και διοικητικές αλλαγές που σημείωσαν πολλοί επιχειρηματικοί φορείς σε συνδυασμό την καινοτομική επιχειρηματικότητα που τους διέπει, τους παρέχει τη δυνατότητα να συμμετέχουν ενεργά στο νέο παγκοσμιοποιημένο οικονομικό περιβάλλον, ανταποκρινόμενοι επάξια στις απαιτήσεις του διεθνούς ανταγωνισμού.

Η ελληνική κοινωνία, παρόλα τα ισχυρά της σημεία, παρουσιάζει κάποιες βασικές αδυναμίες που αν δεν καταπολεμηθούν σύντομα και αποτελεσματικά μπορούν να αποβούν μοιραίες στη μελλοντική αναπτυξιακή της προσπάθεια. Το ΕΣΑΑ στη σχετική μελέτη για την αποτελεσματικότητα και ανταγωνιστικότητα της ελληνικής οικονομίας εντοπίζει τις παρακάτω αδυναμίες:

1. Το εκπαιδευτικό σύστημα και η συνεχιζόμενη δια βίου εκπαίδευση και κατάρτιση δεν έχει προσαρμοστεί επαρκώς στις ανάγκες της διεθνοποιημένης οικονομίας, ώστε να καλύπτει τις ελλείψεις του ανθρώπινου δυναμικού σε εξειδικευμένες γνώσεις και δεξιότητες.
2. Χαμηλή αποδοτικότητα του δημόσιου τομέα και γραφειοκρατία που δημιουργεί αυξημένα κόστη προσαρμογής για τους πολίτες και τις επιχειρήσεις.
3. Περιορισμένες δαπάνες για έρευνα και ανάπτυξη, με αποτέλεσμα να υστερούν οι ελληνικές επιχειρήσεις στην υιοθέτηση των νέων τεχνολογιών και στην καινοτομική τους επίδοση.
4. Έλλειψη ολοκληρωμένου θεσμικού πλαισίου προστασίας του ανταγωνισμού, με αποτέλεσμα να αδρανοποιούνται αναπτυξιακές δυνάμεις και να στρεβλώνονται οι συνθήκες τιμών και κόστους εισροών.
5. Υψηλή ανεργία και έντονες εισοδηματικές ανισότητες σε σύγκριση με τις ανταγωνίστριες χώρες.
6. Περιορισμένη τάση εξωστρέφειας συγκριτικά με άλλες χώρες της ΕΕ που παρουσιάζουν υψηλές επιδόσεις ανταγωνιστικότητας⁴².

⁴² ΕΣΑΑ, 2003, σελ. 16.

➤ Οι ΑΞΕ στην ελληνική οικονομία.

Δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στην πραγματοποίηση άμεσων ξένων επενδύσεων ως βασική προϋπόθεση ουσιαστικής περιφερειακής ανάπτυξης μιας χώρας και γενικότερης οικονομικής της ευημερίας, παρατηρείται ότι στην Ελλάδα η έκταση των τελευταίων είναι εξαιρετικά περιορισμένη.

Σε ένα κείμενο της στην εφημερίδα Καθημερινή η Λούρη- Δενδρινού υπογραμμίζει το μικρό μέγεθος των πραγματοποιούμενων ΑΞΕ στην Ελλάδα και το εξηγεί από την πλευρά των αναμενόμενων κερδών στην ελληνική αγορά. Η παραπάνω υποστηρίζει ότι με σταθερούς όλους τους άλλους παράγοντες, οι πολυεθνικές επιχειρήσεις στην Ελλάδα δε φαίνεται να έχουν γενικά υψηλότερα κέρδη από τις αντίστοιχες εγχώριες. Όσο αφορά τα μικτά κέρδη, *ceteris paribus*, οι πολυεθνικές παρουσιάζουν υψηλότερα κέρδη μόνο στην ομάδα των 25% πιο κερδοφόρων επιχειρήσεων, όπου φαίνεται να υπερέχουν κάπως. Στο υπόλοιπο 75% των επιχειρήσεων δεν υπάρχει σημαντική διαφοροποίηση. Συνεπώς, γιατί να γίνουν νέες άμεσες ξένες επενδύσεις στην Ελλάδα, όταν οι παλιές δεν έχουν καταφέρει να εκμεταλλευτούν τα πλεονεκτήματα τους και να δημιουργήσουν αυξημένη κερδοφορία; Παρ' όλη την υψηλότερη αποτελεσματικότητα τους δε φαίνεται να μπορούν να επωφεληθούν. Προφανώς γιατί το μειονέκτημα της ξένης προέλευσης αποτελεί εμπόδιο στην λειτουργία τους στην εγχώρια αγορά, πράγμα που δε συμβαίνει σε άλλες χώρες. Η χαμηλή, λοιπόν, εισροή άμεσων ξένων επενδύσεων στην Ελλάδα φαίνεται να είναι αποτέλεσμα ορθολογικής απόφασης εκ μέρους των πολυεθνικών επιχειρήσεων και κατά συνέπεια, αν δεν ανατραπεί αυτή η αρνητική εκτίμηση, είναι απίθανο να πραγματοποιηθούν νέες άμεσες ξένες επενδύσεις στην ελληνική οικονομία, άσχετα με το πόσο, θεωρητικά τουλάχιστον, αυτές αποτελούν βασικό στόχο της οικονομικής πολιτικής⁴³.

Η τεράστια γραφειοκρατία που χαρακτηρίζει την ελληνική πραγματικότητα έρχεται να ενισχύσει τη μειωμένη τάση των πραγματοποιούμενων ΑΞΕ στην ελληνική οικονομία. Η ίδρυση νέων εταιριών στην Ελλάδα αποτελεί «άσκηση νεύρων» λόγω της μεγάλης γραφειοκρατίας. Δεκαέξι διαφορετικές διαδικασίες, 45 ημέρες και υψηλό κόστος που προσεγγίζει το 70% του κατά κεφαλήν εισοδήματος αποτελούν παράγοντες που κάθε άλλο παρά προσεγγίζουν ξένες επενδύσεις για την ενίσχυση της ελληνικής επιχειρηματικότητας. Αυτά συμβαίνουν όταν στη Σουηδία χρειάζονται 3 διαφορετικές διαδικασίες, 16 ημέρες και δαπάνη 0,8% του κατά κεφαλήν εισοδήματος ενώ στις ΗΠΑ πέντε διαφορετικές διαδικασίες, 4 ημέρες και 0,6% ανερχόμενο κόστος για έναν νέο επιχειρηματία.

Σε μία από τις τελευταίες θέσεις κατατάσσεται η Ελλάδα και όσον αφορά τη δαπάνη για το αρχικό μετοχικό κεφάλαιο, που αγγίζει το 145,3% του ετησίου κατά κεφαλήν εισοδήματος ενώ στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες το αντίστοιχο ποσοστό δεν ξεπερνά το 80%.

Οι αναλυτές της Παγκόσμιας Τράπεζας επισημαίνουν το αυτονόητο: όσο πιο γραφειοκρατική είναι η διαδικασία για την ίδρυση μιας εταιρίας, τόσο μεγαλύτερη είναι η διαφθορά και θεωρούν ως βέλτιστες πρακτικές τα εξής:

- Τη δυνατότητα ηλεκτρονικής υποβολής των δικαιολογητικών για την ίδρυση μιας εταιρείας
- Τη χρήση ενός αριθμού μητρώου για κάθε επιχείρηση

⁴³ . Λούρη-Δενδρινού Ε.- Εφημερίδα ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ- 2/11/2003.

- Την υιοθέτηση χαμηλού κόστους έναρξης επιχείρησης ώστε να ενισχυθεί η επιχειρηματικότητα (Αυστραλία, Καναδάς)
- Την υιοθέτηση της αρχής ότι δεν απαιτείται αρχικό μετοχικό κεφάλαιο για μια νέα εταιρεία (Ιρλανδία)

Η Ελλάδα δυστυχώς βρίσκεται ακόμη στην αρχή υιοθέτησης του μοντέλου ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας και των επενδύσεων και πολύ μακριά από την υπόλοιπη Ευρώπη⁴⁴.

➤ *Ανάγκη στροφής της ελληνικής οικονομίας στην ανταγωνιστικότητα της ποιότητας.*

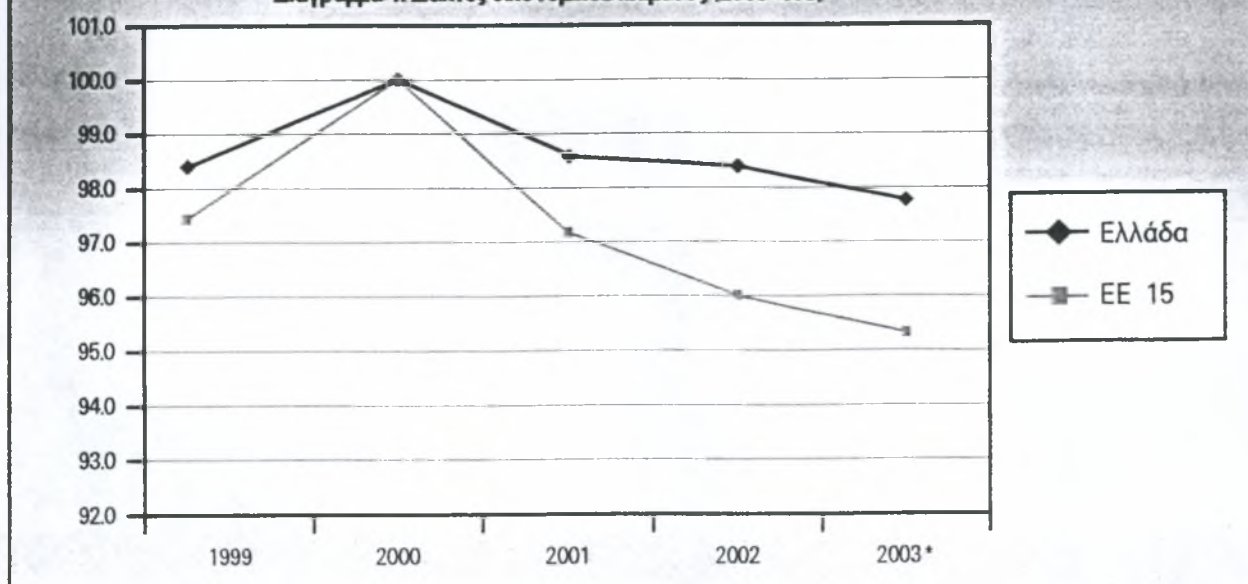
Η μη αποδοτική αξιοποίηση των κονδυλίων των κοινοτικών πλαισίων στήριξης απεικονίζεται καθαρά στην εικόνα που παρουσιάζει η Ελλάδα σήμερα ως προς την ανταγωνιστικότητα της και την ικανότητά της να συμμετέχει ενεργά και ισότιμα στην νέα διεθνή οικονομική σκηνή. Δυστυχώς, το μεγαλύτερο μέρος των κονδυλίων των μέχρι τώρα κοινοτικών κονδυλίων διατέθηκαν στην κατασκευή οδικών αξόνων, σε βάρος των προγραμμάτων της ανταγωνιστικότητας και της διάχυσης της τεχνολογίας, που απαιτούν καλό σχεδιασμό και ποιοτική δράση⁴⁵. Η αναποτελεσματική επένδυση των μέχρι τώρα κοινοτικών πόρων στους τομείς της ανταγωνιστικότητας και της τεχνολογικής και επιστημονικής έρευνας, αποτέλεσε την αφορμή για να επαναπροσδιοριστούν οι αδυναμίες του δημόσιου τομέα, που παραμένει γραφειοκρατικός και αντιπαραγωγικός. Βασικός στόχος των μελλοντικών κατευθύνσεων της οικονομικής πολιτικής πρέπει να είναι η όσο το δυνατό αποδοτικότερη αξιοποίηση των ευρωπαϊκών κονδυλίων, ώστε να επιτευχθεί πραγματική σύγκλιση, εκσυγχρονισμός και κατάλληλο επιχειρηματικό περιβάλλον για την ίδρυση και ανάπτυξη καινοτόμων μικρομεσαίων επιχειρηματικών φορέων, που αποτελούν το κλειδί της ευημερίας των οικονομιών στο σύνολο τους.

Το παρακάτω διάγραμμα (ΕΣΑΑ) απεικονίζει το γενικό οικονομικό κλίμα που επικράτησε στην ΕΕ κατά την περίοδο 1999- 2003. Το 2002 χαρακτηρίστηκε από την επιβράδυνση της παγκόσμιας οικονομικής δραστηριότητας, που φαίνεται ωστόσο να επηρέασε λιγότερο την ελληνική οικονομία. Η οικονομική μεγέθυνση στην Ελλάδα διατηρήθηκε ισχυρή και σημαντικά υψηλότερη από τον μέσο όρο της ΕΕ και της Ευρωζώνης. Έτσι, ο ελληνικός δείκτης καθ' όλη τη διάρκεια του 2002 παράμεινε σταθερά υψηλότερος από τον αντίστοιχο της ΕΕ. αλλά και η πτώση του στη διάρκεια του 2002 ήταν οριακή, σε αντίθεση με τις μειώσεις του ευρωπαϊκού οι οποίες υπήρξαν εμφανέστερες.

⁴⁴ Κόλλιας Φ.- *Εφημερίδα ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ*- 19/10/2003.

⁴⁵ Παπαδοκωστόπουλος Δ.Γ.- *Εφημερίδα Καθημερινή*- 19/10/03.

Διάγραμμα 1: Δείκτες οικονομικού κλίματος (2000=100)



Πηγή: Ευρωπαϊκή Επιτροπή

Το βασικό χαρακτηριστικό του οικονομικού κλίματος κατά τη διάρκεια του 2002 ήταν η αβεβαιότητα για την έναρξη της επιθυμητής διεθνούς ανάκαμψης. Στην Ελλάδα, η ανησυχία για τις μακροχρόνιες προοπτικές της οικονομίας αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες που συμβάλουν στην αβεβαιότητα. Το βασικό ερώτημα που τίθεται επομένως, είναι πως θα κατορθώσει η ελληνική οικονομία να διατηρήσει τους τρέχοντες ρυθμούς ανόδου της οικονομικής δραστηριότητας. Η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής οικονομίας αποτελεί μία από τις βασικές συνιστώσες που θα συμβάλουν προς την κατεύθυνση της διατηρήσιμης ανάπτυξης⁴⁶.

Αυτό σημαίνει ότι κρίνεται αναγκαία η θέσπιση σταθερού μακροχρόνια θεσμικού πλαισίου, που θα ενθαρρύνει την καινοτομικότητα και θα ενισχύσει την ανταγωνιστικότητα. Έτσι, είναι απαραίτητη η αποτελεσματική λειτουργία της δημόσιας διοίκησης, με ένα σαφές, λιτό, διαφανές και σταθερό ρυθμιστικό πλαίσιο, που θα ενισχύει τις προσπάθειες για επιχειρηματικές πρωτοβουλίες και θα προωθεί ένα επιχειρηματικό περιβάλλον αποτελεσματικής ανταπόκρισης των ΜΜΕ στις νέες ευκαιρίες και στις εξελίξεις του ανταγωνισμού. Επίσης, πρωταρχικής σημασίας είναι η πραγματοποίηση γρήγορων προσαρμογών του εκπαιδευτικού συστήματος και συστήματος κατάρτισης στη νέα γνώση, με έμφαση στη δια βίου συνεχή εκπαίδευση. Τέλος, το σύστημα έρευνας, ανάπτυξης, και παραγωγής καινοτομίας στην Ελλάδα χρειάζεται να αναβαθμιστεί, ώστε να ενθαρρυνθεί η ανταγωνιστική λειτουργία όλων των αγορών, να υιοθετηθεί η αποτελεσματική προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας και να προωθηθούν οι περιφερειακοί πόλοι καινοτομίας, ιδιωτικών και δημόσιων φορέων⁴⁷.

Προωθώντας την ενίσχυση της ουσιαστικής συνεργασίας δημόσιου και ιδιωτικού τομέα και τη δημιουργία ενός καλύτερου επιχειρηματικού περιβάλλοντος, με βάση την ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού και όχι μέσω της επιδότησης υλικών επενδύσεων, η Ελλάδα πρέπει και μπορεί να αλλάξει κατεύθυνση από την ανταγωνιστικότητα κόστους παραγωγής προς την ανταγωνιστικότητα ποιότητας που βασίζεται στα υψηλά επίπεδα τεχνογνωσίας.

⁴⁶ ΕΣΑΑ, 2003, σελ. 151.

⁴⁷ ΕΣΑΑ, 2003, σελ. 53.

5. ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Η προώθηση της επιχειρηματικότητας και η ανάπτυξη υγιών και ανταγωνιστικών επιχειρήσεων είναι γεγονός ότι σήμερα αναγνωρίζονται ως οι βασικοί παράγοντες δημιουργίας ισχυρών οικονομιών ελεύθερης αγοράς. Η δυναμική παγκοσμιοποίηση της οικονομίας αποτελεί μία πραγματικότητα, που δοκιμάζει την ικανότητα των οικονομιών των αναπτυγμένων και ιδιαίτερα των αναπτυσσόμενων χωρών τόσο να προσαρμόζονται έγκαιρα και αποτελεσματικά σ' αυτήν, όσο και να διατηρούν το ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα.

Στο νέο διεθνοποιημένο περιβάλλον, οι ΜΜΕ αναγνωρίζονται ως η ανθεκτικότερη και επικρατέστερη μορφή επιχείρησης όλων των χωρών, αποτελούν δυναμικό παράγοντα όλων των οικονομιών και παίζουν κεντρικό ρόλο στην προώθηση βιώσιμης οικονομικής ανάπτυξης και στη δημιουργία θέσεων απασχόλησης, ενώ αποτελούν σημαντικό κοινωνικό, πολιτιστικό και περιβαλλοντικό κεφάλαιο των εθνών⁴⁸. Είναι γεγονός, ότι τα θετικά οικονομικά και κοινωνικά αποτελέσματα των δυναμικών ΜΜΕ συγκεντρώνουν το ενδιαφέρον των αναπτυγμένων χωρών και η ανάγκη τόνωσης και ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας, ως αναντικατάστατος παραγωγικός συντελεστής, παρουσιάζεται εντονότερα από κάθε άλλη φορά. Οι μικρομεσαίοι επιχειρηματικοί οργανισμοί, παρόλα τα δυσανάλογης έντασης εμπόδια και προβλήματα που αντιμετωπίζουν συγκριτικά με τις πολυεθνικές επιχειρήσεις, κατορθώνουν να κάνουν αισθητή την παρουσία τους στη διεθνή οικονομική σκηνή, μέσω της ανάπτυξης ισχυρών και προσοδοφόρων διασυνοριακών στρατηγικών συμμαχιών, ενισχύοντας έτσι το επιχειρηματικό τους προφίλ. Παρόλο όμως που η τάση για διεθνή δραστηριότητα των ΜΜΕ φαίνεται να παρουσιάζει ανοδική πορεία, αυτές εξακολουθούν να υπό- εκπροσωπούνται στη διεθνή οικονομική σκηνή.

Στα πλαίσια της παγκοσμιοποίησης, η προώθηση και η εξέλιξη του θεσμού των καινοτόμων ΜΜΕ απαιτεί ένα σταθερό μακροοικονομικό περιβάλλον, οπού η αναβάθμιση της εκπαίδευσης και ο προσανατολισμός της προς τη νέα γνώση, η διάδοση των νέων τεχνολογιών και οι κατάλληλες ρυθμίσεις προστασίας του ανταγωνισμού και δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας αποτελούν βασικές προϋποθέσεις του. Πολιτικές δημιουργίας ευνοϊκού επιχειρηματικού κλίματος και ενίσχυσης των δυνατοτήτων των ΜΜΕ, θα συντελέσει ευεργετικά στον απασχόληση και την καταπολέμηση της φτώχειας, ενώ παράλληλα θα προωθήσει ένα ανταγωνιστικότερο επιχειρηματικό περιβάλλον. Επομένως, οι ΜΜΕ προκειμένου να βελτιώσουν αισθητά την αποτελεσματικότητα τους υπό συνθήκες παγκοσμιοποίησης και παράλληλα να συμβάλλουν στην επίτευξη του αντικειμενικού στόχου εξασφάλισης υψηλού βιοτικού επιπέδου για τους πολίτες της χώρας, είναι αναγκαίο να δραστηριοποιούνται σε ποιοτικό επιχειρηματικό περιβάλλον βιώσιμης ανάπτυξης, με κατάλληλες δυνατότητες διασύνδεσης και οικονομικής ολοκλήρωσης της χώρας τους με τις παγκόσμιες αγορές και τα διεθνή ολοκληρωμένα επιχειρηματικά δίκτυα, σε συνδυασμό πάντα με υψηλή και διαρκώς αυξανόμενη παραγωγικότητα⁴⁹.

⁴⁸ ΟΟΣΑ, 2004, σελ. 1.

⁴⁹ ΕΣΑΑ, 2003, σελ. 33.

Συμπεραίνουμε λοιπόν, ότι οι καινούργιες συνθήκες που συνθέτουν το νέο παγκοσμιοποιημένο οικονομικό περιβάλλον, επιβάλλουν ως βασικότερο στόχο οικονομικής πολιτικής τη διατήρηση των υψηλών ρυθμών ανάπτυξης που παρουσίασε η ελληνική οικονομία τα τελευταία έτη. Η Ελλάδα προκειμένου να αποφύγει την περιθωριοποίηση της εντός της ΕΕ, και τις δυσάρεστες συνέπειες που αυτή συνεπάγεται, είναι αναγκαίο να κερδίσει τη μάχη της ανταγωνιστικότητας και της ανάπτυξης που ακολουθεί τα επόμενα έτη. Ιδιαίτερα τώρα όπου η ΕΕ τείνει να κατευθύνει το μεγάλο όγκο των κοινοτικών της κονδυλίων προς τα νέα κράτη- μέλη της, το πρόβλημα της τροφοδότησης της ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας μετά τα τελευταία χρόνια της οικονομικής άνθησης, εμφανίζεται εντονότερο και επιτακτικότερο. Λαμβάνοντας λοιπόν υπ' όψη τα νέα δεδομένα, η χάραξη της οικονομικής πολιτικής των επομένων ετών είναι αναγκαίο να είναι προσανατολισμένη προς την υιοθέτηση ενός τέτοιου μοντέλου ανάπτυξης, που θα είναι ικανό να απελευθερώσει τις οικονομικές δυνάμεις της ελληνικής κοινωνίας, να προσελκύσει νέες και περισσότερες άμεσες ξένες επενδύσεις και τελικά να συντελέσει στη δημιουργία ενός νέου κύκλου επενδύσεων, που θα τονώσει την απασχόληση, θα στηρίξει τα εισοδήματα και θα ενισχύσει την ανταγωνιστικότητα και την αναπτυξιακή εικόνα της χώρας στο εξωτερικό. Η Ελλάδα στα πλαίσια της ΕΕ πρέπει να αποτελεί μία χώρα σε κίνηση, με ταχεία ανάπτυξη και δυναμισμό.-

Η παραπάνω εργασία αποτελεί μία συνοπτική παρουσίαση των παραγόντων που προσδιορίζουν την έννοια της επιχειρηματικότητας, τη λειτουργία των ΜΜΕ και την ανάγκη περιφερειακής ανάπτυξης στο νέο διεθνοποιημένο περιβάλλον. Η εκτεταμένη διερεύνηση των παραπάνω εννοιών είναι αντικείμενο περαιτέρω έρευνας.

BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Acs, Zoltan J., "Small and Medium-Sized Enterprises, Technology and Globalization: Introduction to a Special Issue on Small and Medium-Sized Enterprises in the Global Economy", Small Business Economics 9: 1-6, 1997, Netherlands: Kluwer Academic Publishers.

Afza Mainuddin, "Evolution of Entrepreneurship and An Evolution of Entrepreneurial Performance: The Experience of Bangladesh", Blomsuburg University. Bloomsburg, Pennsylvania.

Bleischwitz Raimund, Hennicke Peter, Kuhndt Michael, Langrock Thomas, Ramesohi Stephan, "GOVERNANCE OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT", Towards Synergies between Corporate and Political Governance, January 2003.

Boyan Jovanovic, "New technology and the small firm", Small Business Economics 16: 53-55, 2001, Netherlands: Kluwer Academic Publishers.

ΕΣΑΑ- "Ετήσια Έκθεση για την Ανταγωνιστικότητα 2003", ΑΘΗΝΑ- Ιανουάριος 2004.

Goledner Adam M., "Antitrust, innovation, entrepreneurship and small business", Small Business Economics 16: 31-35, 2001- Netherlands: Kluwer Academic Publishers.

Greve Arent, "Networks and entrepreneurship- an analysis of social relations, occupational background and use of contacts during the establishment process", 1995, Great Britain: Elsevier Science Ltd.

Καραγιάννης Α. , "Επιχειρηματικότητα και Οικονομία", Interbooks, Αθήνα 1999.

Κόλλιας Φ.- Εφημερίδα ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ- 19/10/2003.

Κόνσολας Ι. Ν.- "Σύγχρονη Περιφερειακή Οικονομική Πολιτική", Εκδόσεις Παπαζήση, ΑΘΗΝΑ 1997.

Κορρές- Χιόνης, "Ελληνική Οικονομία", Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα 2003.

Krueger N., Reilly D., Carsrud A., "Competing models of entrepreneurial intention", Journal of business venturing 15, 411-432, 2000, Elsevier Science Ltd.

Κυλάση Ν.- Νικηταρίδης Μ.- "Τεχνοπόλεις: νέο μέσο περιφερειακής πολιτικής", Ινστιτούτο Περιφερειακής Ανάπτυξης, Αθήνα 1996.

Ladgerwood Grand, Arlene Idol Broadhurst, "Creating technology- based enterprise televillages- Post- modern regional development theory", Vol. 16, No 1, pp. 43-50, 1999, Elsevier Science Ltd.

Λούκισσας Φ., " Πρόταση Ίδρυσης Τεχνόπολης στη Θεσσαλία" . Εκδόσεις Πανεπιστήμιου Θεσσαλίας 1996.

Λούρη-Δενδρινού Ε.- Εφημερίδα ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ- 2/11/2003.

Malecki E.J.- Nijkamp P." Τεχνολογία και Περιφερειακή Ανάπτυξη", Ινστιτούτο Περιφερειακής Ανάπτυξης, Αθήνα 1996.

Markus Taube- Mehmet Ogutcu, - "Main Issues On Foreign Investment In China's Regional Development: Prospects and Policies Challenges", OECD 2002.

ΟΟΣΑ- "2^η Υπουργική Διάσκεψη του ΟΟΣΑ για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις (ΜΜΕ)" - ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥΠΟΛΗ, 3-5/6/04

OECD-"Entrepreneurship and Enterprise Development in the Former Yugoslav Republic of Macedonia", July 2001.

Παπαδοκωστόπουλος Δ.Γ.- Εφημερίδα Καθημερινή- 19/10/03.

Raimund Bleischwitz, Peter Hennicke, Michael Kuhndt, Thomas Langrock, Stephan Ramesohi, " Governance of Sustainable Development", Towards Synergies between Corporate and Political Governance, January 2003.

Σκούντζος Α. Θ. - " Περιφερειακή Οικονομική Ανάλυση και Πολιτική", Τόμος Α' , Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα- Πειραιάς 1996.

Van Geenhuizen M. -" Cities and cyberspace: new entrepreneurial strategies", Entrepreneurship and regional development, 16, January 2004, 5-19, Routledge: Taylor & Francis Group.

